



UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“Estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria y
cabañas en la playa en la comuna Jambelí, cantón Santa Elena, provincia de
Santa Elena, año 2012 - 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GABRIELA CAROLINA ROSALES MALAVÈ.

Tutor

ING. JHONNY REYES DE LA CRUZ MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“Estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria y
cabañas en la playa en la comuna Jambelí, cantón Santa Elena, provincia de
Santa Elena, año 2012 - 2013”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GABRIELA CAROLINA ROSALES MALAVÈ

LA LIBERTAD – ECUADOR

La Libertad diciembre del 2012

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Hospedería Comunitaria y Cabañas en la Playa de la Comuna Jambelí , Provincia de Santa Elena”, elaborado por la alumna Gabriela Carolina Rosales Malavé , egresada de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Ing. Johnny Reyes De la Cruz MSc.

TUTOR

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón MSc
DECANA FACULTAD
CC. ADMINISTRATIVA

Econ. Pedro Aquino Caiche MSc
DIRECTOR DE ESCUELA

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR DEL ÁREA

Ing. Johnny Reyes de la Cruz MSc
TUTOR

Ab. Milton Zambrano Coronado MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

DEDICATORIA

A mi madre que durante todo este tiempo demostró ser la mejor amiga y maestra, gracias por su esfuerzo, apoyo, confianza, comprensión, por ser fuerte y ser pilar fundamental para superarme cada día, a mis hijos que son fuente de inspiración y a mi compañero Andrés inseparable protector de mis anhelos.

Gabriela. Rosales.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la fuerza necesaria para concluir mi tesis y permitirme vivir cada día junto a mi familia; a mi tutor por las enseñanzas impartidas durante la docencia, y a mis compañeros quienes se convirtieron en compañía en las diferentes etapas de mi vida.

Gabriela Rosales.

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Estudio de factibilidad para la creación de una Hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la comuna Jambelí, provincia de Santa Elena”

Autora: Gabriela Carolina Rosales Malavé

Tutor: Ing. Johnny Reyes.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis “Estudio de factibilidad para la creación de una Hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la comuna Jambelí, provincia de Santa Elena”, presenta la investigación de campo orientada al desarrollo empresarial en la rama turística, se podrá precisar las dificultades por las que atraviesa el sector turístico en la región peninsular, así como la escasa preocupación de los gobiernos de turno por fortalecer este fragmento de la población. La ejecución de la propuesta es demostrar que en el sector turístico de la Península de Santa Elena, existen posibilidades que permitirán el desarrollo social y económico de la comuna Jambelí, así como desarrollar el sector turístico.

La ubicación de la hospedería fue escogida en base a la cercanía con los principales centros turísticos de la Zona Norte, por sus encantadoras playas, productos marinos y preciosos lugares ecológicos aun no explotados que crean un lugar propicio para desarrollar este proyecto.

El estudio de factibilidad de la creación de la “Hospedería y cabañas playeras”, surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad ofreciéndoles un servicio agradable que garantice a los turistas disfrutar de un agradable descanso, combinando confort y un acogedor estilo campestre.

Con el estudio de factibilidad de este proyecto se estudiará la viabilidad económica y social, buscando alianzas estratégicas con los habitantes de la comuna Jambelí y autoridades seccionales de la provincia de Santa Elena para fomentar el desarrollo turístico de la comuna Jambelí.

Este proyecto en general causará un gran impacto a nivel económico y social en la comuna Jambelí, y en toda la provincia, ya que fomentará la inversión y plazas de empleo para sus habitantes ya que la mayoría de ellos son jóvenes con espíritu emprendedor.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1. TEMA.....	2
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
2.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA	2
2.2. SITUACIÓN DE CONFLICTO.....	2
2.3. CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS.....	3
2.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	3
2.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
2.6. PREGUNTAS DIRECTRICES:.....	4
2.7. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA	4
3.- OBJETIVOS	5
3.1 OBJETIVO GENERAL	5
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
4. JUSTIFICACIÓN.....	6
5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	7
5.1. HIPÓTESIS	7
5.2. VARIABLES.....	7
5.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	7
5.2.3. VARIABLE DEPENDIENTE	7
5.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	7
CAPITULO I.....	10
1. MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO.....	10
1.1. ANTECEDENTES DE LA COMUNA JAMBELÍ.....	10
1.1.1. RESEÑA HISTÓRICA.....	10
1.1.2. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL.	12
1.1.2.1. LÍMITES.	12
1.1.2.2. PRINCIPALES VÍAS DE ACCESO.	13
1.1.3. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS.	13
1.1.3.1. CLIMA Y TEMPERATURA.....	13
1.1.3.2. SUELO.	13
1.1.3.3. ORGANIZACIÓN ECONÓMICA.	14
1.1.3.4. RELACIÓN DE GÉNERO EN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS.	14
1.1.4. ASPECTOS PRODUCTIVOS.	15
1.1.4.1. SECTOR AGROPECUARIO.	15
1.1.4.2. AVICULTURA.	16
1.1.4.3. PESCA Y ACUICULTURA.	16
1.1.4.4. ACTIVIDAD TURÍSTICA.	16
1.1.5. DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO.....	17
1.1.5.1. EL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR.	17
1.1.5.2. LAS EXPECTATIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO ECUATORIANO.	17
1.1.5.3. LA DEMANDA TURÍSTICA EN ECUADOR Y LA GENERACIÓN DE DIVISAS.	19
1.1.5.4. ENTRADAS Y SALIDAS DE EXTRANJEROS A ECUADOR.....	21

1.1.5.5. ORDENACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO.	21
1.1.5.6. PRINCIPALES ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.	22
1.1.6. RECURSOS TURÍSTICOS.....	22
1.7. CLASIFICACIÓN DE TURISMO.	23
1.1.7.1. TURISMO DE DESCANSO, O SIMPLEMENTE DE SOL Y PLAYA.....	23
1.1.7.2. TURISMO CIENTÍFICO.....	23
1.1.7.3. ECOTURISMO O TURISMO COMUNITARIO.....	23
1.1.7.4. TURISMO DE AVENTURA.....	23
1.1.7.5. TURISMO AGRÍCOLA O AGROTURISMO.	24
1.1.7.6. TURISMO CULTURAL.....	24
1.1.7.7. TURISMO HISTÓRICO.....	25
1.1.7.8. TURISMO GASTRONÓMICO.....	25
1.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	25
1.2.1. LA DESCENTRALIZACIÓN.	25
1.2.2. CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD).....	26
1.2.3. DESCENTRALIZACIÓN Y SISTEMA NACIONAL DE COMPETENCIAS (COOTAD).	26
1.2.4. LA REGULACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR.	27
1.2.5. LOS CONVENIOS DE FOMENTO AL TURISMO COMUNITARIO.	27
1.2.6. INSTRUCTIVO PARA LA CALIFICACIÓN DE COMUNITARIAS A LAS PERSONAS JURÍDICAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMUNITARIA.	28
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEORICA. (Estudio de Factibilidad).	29
1.3.1. PLAN FINANCIERO.	29
1.3.2 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.	29
1.3.3.¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD?.	29
1.3.4.¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SE ELABORAN LOS ANTECEDENTES Y LA PROYECCIÓN DEL PROYECTO?.	30
1.3.5. DATOS GENERALES.	30
1.3.6. FACTIBILIDAD.	31
1.3.6.1. FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	31
1.3.6.2. FACTIBILIDAD CONTEXTUAL.	32
1.3.6.3. COMPLEMENTO DEL PROYECTO.....	32
1.3.6.4. VALOR ACTUAL NETO.	44
1.3.6.5. LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR).	46
1.3.6.6. EL CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO.	47
1.3.6.7. PERÍODOS DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).	49
1.3.6.8. RAZÓN COSTO / BENEFICIO (RCB).	49
CAPITULO II.....	50
2. METODOLOGÍA	50
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
2.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA O CUALITATIVA	51
2.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA O CUANTITATIVA	51
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	52

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	52
2.3.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	52
2.3.2 INVESTIGACION DE CAMPO	53
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	53
2.4.1 MÉTODO ANALÍTICO	54
2.4.2 MÉTODO SINTÉTICO	54
2.4.3 MÉTODO DEDUCTIVO.....	54
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	54
2.5.1. ENCUESTA.	55
2.5.2 ENTREVISTA.	55
2.5.2.1 ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA.....	56
2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	56
2.6.1 GUÍA DE ENTREVISTA	56
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA	57
2.7.1 POBLACIÓN	57
2.7.2 MUESTRA	57
2.7.3 MUESTREO	57
2.7.3.1 MUESTREO PROBABILÍSTICO.....	58
2.7.3.2 MUESTREO NO PROBABILÍSTICO	58
2.7.2 CALCULO DE LA MUESTRA	58
2.7.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	58
2.8 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
2.8.1 CODIFICACIÓN DE DATOS.....	60
2.8.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	60
2.8.3. TABULACIÓN DE DATOS	60
2.8.4. GRÁFICOS	60
CAPÍTULO III	61
3. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	61
3.1 TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA	61
3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	63
3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.....	78
CAPITULO IV	80
4.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	80
4.1.1. OBJETIVO GENERAL.	80
4.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	81
4.2. ASPECTOS TECNICOS.	81
4.2.1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	81
4.2.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	82
4.3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.	83
4.3.1. MISION.....	83
4.3.2. VISIÓN	83
4.3.3. VALORES.....	83
4.3.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL.	84
4.3.5. ORGANIGRAMA.....	85
4.3.5.1. PRESENTACIÓN DEL ORGANIGRAMA.....	85
4.3.5.2. ORGANICO FUNCIONAL.....	85

4.3.6. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	88
4.3.6.1. CARACTERÍSTICAS.....	88
4.3.6.2. NÚMERO DE SOCIOS.....	90
4.3.6.3. RAZÓN SOCIAL.....	91
4.3.6.4. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	91
4.3.6.5. REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC).....	91
4.3.6.6. CAPITAL MÍNIMO.....	91
4.3.6.7. PERMISOS.....	92
4.3.7. ANÁLISIS FODA.....	94
4.3.7.1. Presentación FODA.....	94
4.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	96
4.4.1. MACRO-ENTORNO.....	96
4.4.1.1. FUERZAS ECONÓMICAS.....	96
4.4.1.2 FUERZAS TECNOLÓGICAS.....	99
4.4.1.3. FUERZAS POLÍTICAS Y LEGALES.....	99
4.4.1.4. FUERZAS SOCIALES.....	100
4.4.1.5. FUERZAS DEMOGRÁFICAS.....	101
4.4.2. MICRO-ENTORNO.....	101
4.4.2.1. LA EMPRESA.....	101
4.4.2.2 CLIENTES INTERNOS.....	102
4.4.2.3. CLIENTES EXTERNOS.....	102
4.4.2.4. INTERMEDIARIOS COMERCIALES.....	103
4.5.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	103
4.5.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	104
4.5.2.1. CABAÑA MATRIMONIAL.....	104
4.5.2.2. CABAÑA DOBLE.....	105
4.5.2.3. CABAÑA FAMILIAR.....	106
4.5.2.4. PLAZA - CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	107
4.5.2.5. PROMOCIÓN- COMUNICACIÓN.....	107
4.5.2.6. PUBLICIDAD.....	107
4.5.2.7. COMERCIALIZACIÓN (MERCHANDISING).....	110
4.5.2.8. RELACIONES PÚBLICAS.....	110
4.5.2.9. VENTA PERSONAL.....	110
4.5.2.10 SITUACIÓN COMPETITIVA.....	111
4.5.3. ETAPAS DEL PROCESO DE SERVICIO.....	112
4.5.3.1 DIAGRAMA DEL PROCESO DE SERVICIO.....	114
4.6 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO.....	116
4.6.1. SITUACIÓN INICIAL.....	116
4.6.1.1 BALANCE INICIAL.....	116
4.6.2. PRESUPUESTOS.....	117
4.6.2.1. PRESUPUESTOS DE INGRESOS POR VENTAS.....	117
4.6.2.2. PRESUPUESTOS DE COSTOS TOTALES.....	118
4.6.2.3. PRESUPUESTO DE GASTOS.....	119
4.6.2.4. PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS.....	120
4.7. ESTADOS FINANCIEROS.....	121
4.7.1. ESTADO DE RESULTADO.....	122

4.7.2. BALANCE GENERAL	123
4.7.3. FLUJO DE EFECTIVO.	126
4.8. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	128
4.8.1. CASH FLOW	128
4.8.2. CASH FREE.....	129
4.9. VALORACIÓN FINANCIERA.	130
4.9.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	130
4.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO. (TIR).....	130
4.9.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	131
4.9.3.1. ESCENARIO POSITIVO.	132
4.9.3.2. ESCENARIO NEGATIVO.....	132
4.9.4. COMPOSICIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL.....	132
4.9.5. COMPOSICIÓN DE LA CAPACIDAD DEL SERVICIO.	134
4.10. COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS.	134
4.10.1. ELEMENTOS DEL COSTO DEL SERVICIO.	134
4.10.1.1. COSTOS FIJOS.	135
4.10.1.2. COSTOS VARIABLES.	135
4.11. CAPITAL DE TRABAJO.....	136
4.12. PUNTO DE EQUILIBRIO.	137
4.13. RECUPERACION DE LA INVERSION TOTAL.	138
4.14. DECISIÓN DE INVERSIÓN: VAN Y TIR.	139
4.15. IMPACTO AMBIENTAL	139
4.15.1 INDICADORES AMBIENTALES.....	139
CONCLUSIONES.....	141
RECOMENDACIONES	142
BIBLIOGRAFIA EN LIBROS	143

INDICE DE CUADROS

CUADRO	1	EDAD	69
CUADRO	2	GENERO	70
CUADRO	3	FRECUENCIA DE VISITAS A CENTROS TURISTICOS.	71
CUADRO	4	CENTROS TURISTICOS MÁS VISITADOS.	72
CUADRO	5	PERSONAS QUE CONOCEN JAMBELI	73
CUADRO	6	ATRATIVOS DE LA COMUNA JAMBELI.	74
CUADRO	7	VÍAS DE ACCESO	75
CUADRO	8	SEGURIDAD	76
CUADRO	9	CREACIÓN DE LA HOSEDERIA COMUNITARIA	77
CUADRO	10	SERVICIOS	78
CUADRO	11	VALORES A CANCELAR	79
CUADRO	12	COMPañIA A "DISOC CABIN IN THE BEACH"	80
CUADRO	13	BENEFICIO DE LA COMUNA JAMBELÍ	81
CUADRO	14	IMPACTO ECONÓMICO NACIONAL	82
CUADRO	15	INDICADORES DEL IMPACTO AMBIENTAL	145

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO	1	EDAD	69
GRAFICO	2	GENERO	70
GRAFICO	3	FRECUENCIA DE VISITAS A CENTROS TURISTICOS.	71
GRAFICO	4	CENTROS TURISTICOS MÁS VISITADOS.	72
GRAFICO	5	PERSONAS QUE CONOCEN JAMBELI	73
GRAFICO	6	ATRATIVOS DE LA COMUNA JAMBELI.	74
GRAFICO	7	VÍAS DE ACCESO	75
GRAFICO	8	SEGURIDAD	76
GRAFICO	9	CREACIÓN DE LA HOSEDERIA COMUNITARIA	77
GRAFICO	10	SERVICIOS	78
GRAFICO	11	VALORES A CANCELAR	79
GRAFICO	12	COMPAÑIA A "DISOC CABIN IN THE BEACH"	80
GRAFICO	13	BENEFICIO DE LA COMUNA JAMBELÍ	81
GRAFICO	14	IMPACTO ECONÓMICO NACIONAL	82
GRAFICO	15	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	87
GRAFICO	16	ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL.	90
GRAFICO	17	INFLACION ACUMULADA	103
GRAFICO	18	RIESGO PAIS	104
GRAFICO	19	CABAÑA MATRIMONIAL	109
GRAFICO	20	CABAÑA DOBLE	110
GRAFICO	21	CABAÑA FAMILIAR	111
GRAFICO	22	TARJETAS DE PRESENTACION	113
GRAFICO	23	MODELO DE LA PAGINA WEB	114
GRAFICO	24	ANÁLISIS DE PORTER	116
GRAFICO	25	PROCESO DEL SERVICIO	120

INDICE DE TABLAS

TABLA # 1 RELACIÓN DE GÉNERO EN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	15
TABLA # 2 PRINCIPALES PRODUCTOS QUE SE COSECHAN.	16
TABLA # 3 TASA DE CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA	102
TABLA # 4 GASTOS DE PUBLICIDAD	107
TABLA N # 5. BALANCE INICIAL.	121
TABLA N # 6 PRESUPUESTOS DE INGRESOS	123
TABLA N # 7 PRESUPUESTOS DE COSTOS TOTALES	124
TABLA # 8 PRESUPUESTOS DE GASTOS TOTALES	125
Tabla # 9 PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS	126
TABLA # 10 ESTADOS DE RESULTADOS ANUALES	128
TABLA # 11 BALANCES GENERALES ANUALES	130
TABLA # 12 FLUJOS DE EFECTIVOS ANUALES	132
Tabla # 13 CASH FLOW.	133
TABLA # 14 CASH FREE	134
TABLA # 15 VALOR ACTUAL NETO	135
TABLA # 16 ANALISIS DE SENSIBILIDAD	136
TABLA # 17. ESCENARIO POSITIVO	137
TABLA # 18. ESCENARIO NEGATIVO.	137
TABLA # 19. COMPOSICIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL	138
TABLA # 20. COMPOSICIÓN DE LA CAPACIDAD DEL SERVICIO	139
TABLA # 21. COSTOS FIJOS	140
TABLA # 22. COSTOS VARIABLES	141
TABLA # 23 . CAPITAL DE TRABAJO	142
TABLA # 24. PUNTO DE EQUILIBRIO	143
TABLA # 25. RECUPERACION DE LA INVERSION TOTAL	143

INTRODUCCIÓN

La comuna Jambelí, pertenece a la Parroquia Colonche está ubicado en la parte norte del Cantón Santa Elena. Sus límites son: al norte con Palmar; al sur con Monteverde; al este con el Océano Pacífico; y, al oeste Colonche. La población concentrada de la comuna Jambelí se estima en 2000, la dispersa en 500, lo que da un total de 2500 personas. La población menor de 18 años es de aproximadamente de un 75%. Se estima que el 70% de los hombres trabaja en la pesca, un 20% en agricultura y el 10% en el comercio o en otras actividades.

La propuesta es convertirse en uno de los lugares preferidos para el turista que desea recrearse, cuyo atractivo y diferenciación con otros resort clubs es la interacción con su medio natural y su origen primario.

La hospedería comunitaria y cabañas en la playa estarán ubicadas en la comuna de Jambelí, por su hermosa naturaleza y paisajes. En el desarrollo de este proyecto es conveniente realizar una investigación adecuada, por el cual el contenido de la propuesta es:

CAPITULO 1 MARCO TEORICO.-En este capítulo detallamos los antecedentes de la comuna Jambelí, los recursos naturales y forestales, las características principales de las maravillas turísticas que posee Jambelí, el análisis del nivel de vida que tienen los habitantes de la comuna.

CAPITULO 2 METODOLOGIA.- Comprende la metodología, se fundamenta en las respectivas técnicas de recolección de datos como: encuestas las cuales fueron aplicadas a los clientes potenciales, donde se pudo recabar toda la información necesaria que permitiera conocer las necesidades de nuestros posibles clientes.

CAPITULO 3 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.- Contiene, el análisis interno e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, la cual está estructurado por la pregunta, el cuadro de frecuencia, el gráfico y el análisis e interpretación de los resultados y estudio técnico donde se detallan la manera de cómo está distribuida la hospedería comunitaria y cabañas en la playa.

CAPITULO 4 PROPUESTA.- Comprende el contexto y análisis técnico donde se estudian todas las características de la comuna, en el análisis financiero que se elaboró se detallan todos los activos y las de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, el periodo de recuperación de la inversión. Finalmente se encuentra la bibliografía y una serie de anexos que servirán de información complementaria.

1. TEMA

“Estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna Jambelí, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2012 - 2013”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA

La comuna Jambelí está ubicada en el Kilómetro 33 de la ruta del Spondylus, del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, no cuenta con la debida explotación de sus riquezas a pesar de que tienen una playa hermosa donde su fragancia se mezcla con el típico olor salino de los balnearios costeros y la fresca brisa marina la esparce por la atmosfera ayudando a la reproducción de todas las especies marinas de zona.

2.2. SITUACIÓN DE CONFLICTO

Este problema surge por la falta de gestión e inversión por parte de sus dirigentes comunales y autoridades seccionales de la Provincia, causando la emigración de sus habitantes y desperdicio de los productos marítimos de la zona. Se podría aplicar un plan de rescate turístico como una alternativa para el sano esparcimiento y diversión local y foránea donde se ofertaría la gastronomía de la zona y poder fomentar el desarrollo socio-económico de sus habitantes.

2.3. CAUSAS DEL PROBLEMA Y CONSECUENCIAS

CAUSAS	EFFECTOS
Falta de inversión	No obtener réditos para los habitantes de la comuna.
Falta de emprendimiento de sus habitantes	Poca rentabilidad y desarrollo económico
Falta de fomento turístico	Desperdicio de los productos marinos de la zona
Falta de carretera de acceso	Desconocimiento de la existencia de las hermosas playas
Falta de fuentes de Trabajo	Emigración de sus habitantes

2.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

El trabajo de Investigación se limita a través de la siguiente forma:

- **Área:** El área se basa específicamente en el área de desarrollo comunitario.
- **Universo:** Está referido a los habitantes y turistas de la provincia de Santa Elena.
- **Localidad:** Comuna Jambelí – Cantón Santa Elena – Provincia de Santa Elena.
- **Tiempo:** la duración de ejecución del proyecto ha sido determinado en 1 año.

2.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué efecto producirá el Estudio de Factibilidad para la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la Comuna Jambelí - Cantón Santa Elena?.

2.6. PREGUNTAS DIRECTRICES:

Con las siguientes preguntas se buscó delimitar el problema de la investigación:

- ¿Cuáles son los resultados esperados y la proyección de los comuneros a mediano y largo plazo?
- ¿Qué características especiales y cualidades específicas deberá tener la hospedería y cabañas de playa en la circunscripción territorial.

2.7. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

- **DELIMITADO:** Está referido a los habitantes y turistas de la Comuna Jambelí, Provincia de Santa Elena, la duración de ejecución del proyecto ha sido determinado en 1 año.
- **FACTIBLE:** Con la inversión de creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa de las autoridades de la Provincia en el periodo 2011-2012.
- **RELEVANTE:** Impulsara el desarrollo social y económico de los habitantes de la comuna Jambelí.
- **ORIGINAL:** No existen hospederías comunitarias y cabañas en la playa donde ofrezcan los productos gastronómicos de la zona.
- **EVIDENTE:** Posee las hermosas playas y productos marinos
- **IDENTIFICA LOS PRODUCTOS ESPERADOS:** Ser el sitio predilecto de los turistas por sus encantadoras playas y fascinante gastronomía.

3.- OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el Estudio de Factibilidad a través del análisis e interpretación de los resultados para la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna de Jambelí, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena en el periodo 2012 –2013.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recopilar información mediante la aplicación de técnicas de investigación para el conocimiento sobre el sector.
- Establecer alianzas estratégicas entre los comuneros y autoridades seccionales de la Provincia de Santa Elena a través de convenios para fomentar el turismo en la localidad.
- Fijar la estructura de la organización mediante la representación gráfica para el cumplimiento de requerimientos legales, constitucionales, administrativas y de impacto ambiental.
- Determinar la posibilidad financiera del proyecto con el diseño y estructura de los estados financieros que contribuyan a la viabilidad del proyecto.

4. JUSTIFICACIÓN

La ejecución de la propuesta es buscar el desarrollo social y económico de esta comuna, enfocados a captar el sector turístico que desean disfrutar de un agradable descanso, combinando confort y un acogedor estilo campestre.

La ubicación de la hospedería fue escogida en base a la cercanía con los principales centros turísticos de la Zona Norte, por sus encantadoras playas, productos marinos y preciosos lugares ecológicos aun no explotados que crean un lugar propicio para desarrollar este proyecto.

La idea de crear un hospedería y cabañas playeras, surgió de la necesidad de ofrecerles a los turistas tanto nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del stress de la ciudad.

Este proyecto en general causará un gran impacto a nivel económico y social en el en la comuna Jambelí, en el cantón santa Elena y toda la provincia, ya que fomentará la inversión y plazas de empleo para sus habitantes ya que la mayoría de ellos son jóvenes con espíritu emprendedor.

Actualmente Jambelí, no cuenta con centros turísticos, por este motivo un proyecto del nivel que deseamos desarrollar, es una excelente alternativa para los turistas que desean visitar la comuna y disfrutar de su vida campestre.

Jambelí en conjunto con sus habitantes y alianzas estratégicas con las autoridades seccionales y autónomas de la provincia de Santa Elena invertirán para que la

Comuna de Jambelí se apunte al desarrollo turístico como principal fuente de ingresos para los habitantes de la misma.

5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

5.1. HIPÓTESIS

“La elaboración del Estudio de Factibilidad permitirá la ejecución del proyecto de Creación de la Hospedería Comunitaria y Cabañas en la Playa de la Comuna Jambelí”

Del análisis de la hipótesis planteada, se han determinado tanto la variable dependiente e independiente.

5.2. VARIABLES

5.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE: Estudio de Factibilidad

5.2.3. VARIABLE DEPENDIENTE: Creación de la “Hospedería Comunitaria y Cabañas en la Playa” de la Comuna Jambelí.

5.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES:

OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
El desarrollo del Estudio de Factibilidad permitirá la ejecución del proyecto de Creación de la Hospedería Comunitaria y Cabañas en la Playa de la Comuna Jambelí.	Estudio de Factibilidad	Para efectuar el estudio de Factibilidad económico-financiera resulta imprescindible conocer la estructura de financiamiento, presupuesto de los costos y gastos en que incurrirán en la creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa, también la demanda y el flujo de caja proyectada, la tasa interna de retorno el análisis de la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa y el servicio que se va a brindar y la estructura organizacional que se aplicara en el funcionamiento o puesta en marcha de la propuesta.	Estructura de financiamiento	Determinación de la inversión inicial. Forma de financiación del proyecto	¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa? ¿Qué valor está dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje? ¿Cuáles serían la fuente de ingresos en la demanda proyectada? ¿Ustedes creen que cambiaran de forma negativa los presupuestos de ventas, gastos y beneficios esperados de la inversión? ¿Cuáles son los resultados esperados y la proyección financiera de los comuneros a mediano y largo plazo? ¿Tendrá resultados positivos el emprendimiento productivo de creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la comuna de Jambelí? ¿De qué manera se puede estructurar la hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la comuna Jambelí?	✓ Encuestas
			El presupuesto de costos y gastos	Presupuesto de la inversión Análisis económico - financiera.		
			La demanda proyectada	Presupuesto de ventas Precios del servicio		
			Flujo de caja proyectado	Resultado neto de ingresos Resultado neto de egresos		
			Tasa interna de retorno	Ingresos tasa de interés producido		
			Análisis de la empresa y el servicio	Análisis del micro-entorno Análisis macro-entorno		
			Estructura organizacional	Organigrama Cambios de comportamiento		
					✓ Entrevistas	

OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
El desarrollo del Estudio de Factibilidad permitirá la ejecución del proyecto de Creación del Hospedería Comunitaria y Cabañas en la Playa de la Comuna Jambelí	Creación de la Hospedería Comunitaria y Cabañas en la Playa de la Comuna Jambelí.	Forma organizativa que la comunidad adopta internamente para hacer que sus recursos humanos, naturales y económicos sean administrados de una manera eficaz y eficiente estableciendo políticas comerciales que ayuden a mejorar el servicio que se brinda, realizando un análisis minucioso del Entorno y de los factores internos y externos de buscando el desarrollo de la comunidad en general	Recursos Humanos Recursos Naturales Recursos Económicos Política comercial Análisis de Entorno Análisis FODA	Selección del personal Función departamental Aspectos productivos Nivel de consumo Actividad Productiva Actividad Turística Mercado Técnica de ventas Publicidad Investigación del mercado Políticas de mercado. factores internos factores externos	¿Ustedes creen que con la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa se reduciría el índice de desempleo de la comuna Jambelí? ¿Con la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa se fomentara la inversión en la comuna Jambelí? ¿De qué manera se generan los recursos Económicos de los habitantes de la comuna Jambelí? ¿Mediante la aplicación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa se fomentara el turismo en la localidad? ¿Qué impacto ambiental causara la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa? ¿Cuáles creen que serían las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la comuna Jambelí?	Encuestas Entrevistas

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO.

Preámbulo:

En este capítulo detallamos los antecedentes de la comuna Jambelí, los recursos naturales y forestales, las características principales de las maravillas turísticas que posee Jambelí, el análisis del nivel de vida que tienen los habitantes de la comuna.

1. MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO.

1.1. ANTECEDENTES DE LA COMUNA JAMBELÍ.

1.1.1. RESEÑA HISTÓRICA.

Anteriormente Jambelí era un caserío que pertenecía a Palmar, pero el 1 de enero de 1969 se fundó como comuna Jambelí, fundada con 45 comuneros entre ellos el Sr. Nicanor Rosales siendo el primer presidente de la comuna.

Los primeros habitantes fueron las familias: Gonzabay, González, Pozo y Asencio.

Las comunas más cercanas son Palmar 7Km y Monteverde 4Km.

Con la gestión de un grupo de familias se pudo gestionar para la creación de la comuna Jambelí de acuerdo a la Constitución que dice que en cuanto al ente comunal, la ley de organización y régimen de comunas se refiere a éste como: “Todo centro poblado que no tenga categoría de parroquia, que existiera en la actualidad o que se estableciere en lo futuro, y que fuere conocido con el nombre

de caserío, anejo, barrio, partido, comunidad, parcialidad o cualquier otra designación” Art. 57; con más de 50 habitantes radicando en ella; sujeta a la jurisdicción de la parroquia urbana o rural dentro de cuya circunscripción territorial se encuentre, y adquiriendo personería jurídica por el sólo hecho de ajustarse a esta Ley. Para este efecto se fundó la Federación de Comunas de la Provincia del Guayas el 13 de noviembre de 1965. (Gonzabay, 2012).

La población concentrada se estima en 2515, la dispersa en 1000, lo que da un total de 3515 personas.

La población menor de 18 años es de aproximadamente de un 29%.

Se estima que el 70% de los hombres trabaja en la comuna de la pesca, un 20% en agricultura y el 10% en el comercio o en otras actividades.

En los últimos 10 años la tasa de fecundidad era de 10 a 12 hijos ha bajado ya que en la actualidad tiene de 5 a 3 hijos La mayoría de las mujeres forman hogar a los 17 o 20 años y los varones a los 20.

Por lo general las mujeres tienen su primer hijo a los 17 años.

En la última década la migración ha sido de un 10% hacia el Azúcar y 1% hacia Estados Unidos.

Los niños en la comuna Jambelí viven con sus padres, no hay abandono por parte de los ellos, tienen una infancia dentro de lo normal, acuden a la escuela, y no trabajan. Tienen un comedor comunitario en donde las madres con pocos recursos económicos envían a sus hijos a alimentarse. La comuna Jambelí, pertenece a la parroquia Colonche está ubicado en la parte norte del cantón Santa Elena.

La comuna se conecta con la ciudad de Santa Elena a través de transporte terrestre y Marítimo y la distancia es de 33 Km., con la cabecera parroquial mediante transporte terrestre y con los comunas por medio de las acémilas.

Los habitantes de las comunas, como la palabra lo indica, poseen bienes en común, o bienes colectivos. El principal de ellos es la tierra (tierras de labranza o pastoreo), pudiendo tener también industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc., la Ley lo reconoce y respalda. Sin embargo, las principales actividades productivas, como la ganadería y la agricultura, son realizadas en forma individual por cada comunero, al igual que la comercialización de los productos. (Gonzabay, 2012).

1.1.2. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL.

Según los datos obtenidos en los registros oficiales de la comuna Jambelí, pertenece a la parroquia Colonche está ubicado en la parte norte del Cantón Santa Elena, entre la comuna Monteverde a 4 Km y la comuna Palmar a 7 Km. (Ver mapa 1).

Las casas se encuentran dispersas alrededor de 70, solo al filo de la carretera principal tenemos alrededor de 15 cuadras.(Ver mapa 2).

1.1.2.1. LÍMITES.

Sus límites son:

- Al norte con Palmar;
- Al sur con Monteverde;
- Al este con el océano Pacífico; y,
- Al oeste Colonche.

Las zonas tropicales costeras tienen más humedad y calor, variables que incrementan ostensiblemente la proporción del desperdicio, especialmente de las frutas y hortalizas que son las variedades más perecibles.

1.1.2.2. PRINCIPALES VÍAS DE ACCESO.

La comuna se conecta con la ciudad de Santa Elena a través de transporte terrestre y marítimo y la distancia es de 33 Km., con la cabecera parroquial mediante transporte terrestre y con las comunas por medio de las acémilas. (González, 2012).

La vía que conduce a Jambelí es la “Ruta del Spondylus”. (Ver mapa 3).

1.1.3. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS.

1.1.3.1. CLIMA Y TEMPERATURA.

De mayo a diciembre la comuna Jambelí tiene la estación seca; y de mediados de diciembre a finales de abril, la estación lluviosa.

En general posee climas que van desde el cálido tropical al templado subtropical, el cual es ideal para varios cultivos y con una temperatura que oscila entre 18 a 24° C., puede tender a variar cuando hay fenómenos como el “Niño o la Niña”.

1.1.3.2. SUELO.

El suelo se caracteriza por ser fértil en la producción agrícola con un suelo arenoso.

1.1.3.3. ORGANIZACIÓN ECONÓMICA.

Las actividades productivas de la comuna Jambelí son determinadas por las oportunidades del mercado y por políticas estatales.

1.1.3.4. RELACIÓN DE GÉNERO EN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS.

Los indicadores sobre la participación del género femenino y masculino en las actividades económicas de la comuna Jambelí. En general la población masculina participa el 61% y las mujeres el 39% del total de la población en las actividades económicas.

TABLA # 1
RELACIÓN DE GÉNERO EN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

ACTIVIDAD	PORCENTAJE
PESCA	70%
HOMBRES (70%)	1225
MUJERES (30%)	525
AGRICULTURA	20%
HOMBRES (50%)	250
MUJERES (50%)	250
OTRAS ACTIVIDADES	10%
HOMBRES (20%)	50
MUJERES (80%)	200
TOTAL	2500

Fuente: INEC.

Elaborado por Gabriela Rosales.

Predomina la presencia masculina en la actividad pesquera, representado por el 70% del total de la población. Esta actividad que se inserta dentro de la industria se complementa con el comercio al por mayor y por menor, con una participación escasa de mujeres, mientras que en la actividad agrícola tienen una igualdad en la participación de los géneros que es representado por en 20% del total de la población y el 10% restante de personas se encuentra trabajando en actividades como las del hogar, la enseñanza o trabaja por cuenta propia en pequeños negocios, uno de ellos es la cría de pollos.

1.1.4. ASPECTOS PRODUCTIVOS.

1.1.4.1. SECTOR AGROPECUARIO.

Cuando se cosecha el producto el 80% es vendido dentro de la comuna y un 20% venden fuera de ella. Cuando necesitan funguicidas acuden a los lugares más conocidos de la ciudad La Libertad, aunque la mayoría de sus siembras no utilizan ningún tipo de insumos.

TABLA # 2
Principales productos que se cosechan.

Cultivo	Fecha siembra
Ciruela	Todo el año
Sandía	Invierno
Maíz	Invierno
Yuca	-
Fréjol	-
Tomate	Invierno
Pimiento, etc.	Invierno

Fuente: MAGAP.

Elaborado por Gabriela Rosales.

1.1.4.2. AVICULTURA.

Algunas familias se dedican a la cría de pollos, en las casas tienen pequeños galpones de pollos para luego vender a la comunidad y en el mercado de La Libertad.

Hay una microempresa de 10 personas que se dedican al ganado, y también lo comercializan.

1.1.4.3. PESCA Y ACUICULTURA.

La mayoría de sus habitantes se dedican a la pesca artesanal la cual realizan en barcos de fibras y de madera, pangas, botes, las principales especies que se capturan son el chumumo, michullas, camarón, langosta, langostino, ostiones, jaibas y una variedad de pescado.

En Jambelí existen alrededor de 10 camaroneras estas tienen un impacto negativo en la población, ya que el problema es la contaminación del agua de los pozos que antes era dulce y ahora por el problema de la filtración es salada.

1.1.4.4. ACTIVIDAD TURÍSTICA.

El principal atractivo turístico es que tienen un rompe olas y las playas son tranquilas con agua cristalina.

1.1.5. DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO.

1.1.5.1. EL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR.

Ecuador es un país que cuenta con más de 2000 kilómetros de litoral, donde es posible disfrutar de paradisíacos lugares en contacto con el mar, la arena, el sol y la naturaleza.

La región costa es gran atractivo turístico, especialmente para aquellos que quieren disfrutar de infinitas posibilidades como playas de arena blanca y grises, aguas cristalinas, reservas naturales y bellos paisajes. Conocida por su belleza y espléndidas bahías, poseedora de ensenadas naturales y escarpados acantilados. Dentro de ella cuenta con una gran infraestructura hotelera que ofrece todas las comodidades para una placentera estancia.

El litoral ecuatoriano, consta de las siguientes provincias listadas de norte a sur: Esmeraldas, Manabí, Guayas y El Oro.

1.1.5.2. LAS EXPECTATIVAS DEL SECTOR TURÍSTICO ECUATORIANO.

El Gobierno busca impulsar la actividad turística, con miras a convertirlo en la segunda o la primera actividad económica del país por su gran potencial cultural, natural, gastronómico y por la calidez de su gente, uno de los valores agregados más importantes para atraer a los turistas, dijo la Ministra de Turismo Verónica

Si3n, durante una reuni3n de trabajo con las autoridades de la provincia de Santa Elena.

La funcionaria asegur3 que el turismo fomenta el desarrollo humano y tambi3n el manejo sostenido de los recursos naturales, una de las tareas en la cual el Ministerio a su cargo ha puesto especial 3nfasis. Dijo que los esfuerzos que se realicen en conjunto entre la empresa p3blica y privada deben alinearse para potenciar el turismo en Santa Elena y uno de los mecanismos es estimular la competitividad del sector, agreg3.

Durante la reuni3n que tuvo lugar en la Universidad Tecnol3gica Equinoccial (UTE), sede Salinas, los representantes de la provincia de Santa Elena, le plantearon a la Ministra Si3n, la ejecuci3n de varios proyectos como el desarrollo vial, cuyo proyecto cubre toda la "Ruta del Spondylus".

Este proyecto est3 dividido en 2 etapas: la primera comprende la carretera Santa Elena hasta Ayampe (incluida la v3a Ballenita) y la segunda contin3a hacia el Norte. Adicionalmente se inform3 que est3 en proceso de ejecuci3n el proyecto de la "Ruta del Spondylus". Un proyecto que se lo realizar3 entre Ecuador y Per3 y que tendr3 una inversi3n de m3s de dos millones para la primera etapa.

Con el prop3sito de lograr una participaci3n m3s directa y lograr que los procesos de gesti3n se optimicen, la Ministra Si3n nombr3 a la bi3loga Loira Delgado, actual Gerente Regional de Turismo del Litoral, como gerente encargada para la pen3nsula de Santa Elena.

En la reunión participaron el Subsecretario de Turismo, Esteban Delgado de la Cuadra, el Presidente de la Cámara de Turismo de Salinas, Otón Arboleda, el Jefe del Departamento de Turismo de Santa Elena Sr. Víctor Camba, el Rector de la universidad tecnológica equinoccial (UTE), Pedro Molina el presidente de la Junta Cívica de La Libertad, Alfonso Baste, representantes de la: Subsecretaría de Agricultura, de la Policía de Tránsito, la Cámara de Comercio y de los gremios hoteleros de Santa Elena.

1.1.5.3. LA DEMANDA TURÍSTICA EN ECUADOR Y LA GENERACIÓN DE DIVISAS.

El turismo en la mayoría de los países en desarrollo es el segundo o tercer sector productivo generador de divisas. En Ecuador durante el 2005, el turismo receptor se ubicó como el tercer producto de exportación después del petróleo crudo y el banano. Sin embargo, en la actualidad según cifras publicadas por el Banco Central del Ecuador correspondientes al año 2006, el turismo se ubicó en el séptimo lugar, después del petróleo, del banano, de los elaborados del petróleo, de la manufactura de metales, del camarón, y de otros productos elaborados del mar. Esto evidencia un estancamiento del sector con respecto a otras actividades productivas, o al menos, un crecimiento menos dinámico que éstas. En el estudio elaborado por Croes, ubica al sector turístico en el sexto lugar como generador de divisas en la economía del país, aun así menciona que la tasa sigue siendo la más baja de Suramérica.

La balanza comercial del turismo es la diferencia entre los ingresos de divisas entre el turismo emisor y los egresos del receptor. El Ecuador registra una balanza turística negativa desde el 2001, alcanzando sus máximos niveles a partir del 2004 hasta el 2006.

A partir del 2000, se observó una caída del turismo en su participación en el producto interno bruto (PIB), esto se debe al fuerte incremento del precio del petróleo. Sin embargo, a partir del año 2001 alcanzó alrededor del 4,4% de contribución a la economía nacional y de allí ha ido en aumento hasta posicionarse en el 2006 con casi un 8% del total del PIB (Croes: 2009, 26). No obstante todavía no alcanza una participación acorde al contexto mundial, que es el 10.9% del PIB (Plandetur, 2007: 21).

El bajo rendimiento del sector turístico en Ecuador no deja de preocuparnos pues éste se coloca en el segundo país que menos recibe de ingresos de los turistas que viajan a la región después de Bolivia y está por debajo de los gastos promedios por llegada de la región (565 dólares estimado por Ecuador mientras que la cifra para la región es de 680 dólares), indica esto que el sector hotelero es considerado frágil y susceptible a la inestabilidad política, a pesar de los activos y las atracciones únicas del turismo que existen en el País.

Según PLANDETUR proyecta la contribución del turismo con un total de un poco más de \$ 3,400 millones de dólares en el 2020 por razón de generación de divisas. Por otra parte, Croes menciona en su estudio que aporta con un 6,8% del empleo total para un total de 348 mil empleos. Se reafirma el postulado que más importante que crecer en número de llegadas de turistas internacionales es que los turistas internacionales que lleguen a contribuir a la economía nacional a través de un mayor gasto. De ahí, que esto se podrá lograr únicamente a través de la mejora de la calidad y la diversidad de oferta turística que el Ecuador ofrezca.

El impacto económico del turismo de la provincia del Guayas, el mayor centro de distribución de nuestra área de estudio, es el responsable por más de 25,000 empleos (CROES, 2009).

El turismo genera sobre 17,500 empleos directos, 5,400 empleos indirectos y cerca de 2200 empleos inducidos. El sector turístico de Ecuador tiene la capacidad de crear nuevos empleos en la economía nacional. Por ejemplo, por cada 10 empleos directos relacionados al turismo ayudan a crear 4 nuevos empleos (Croes, 2009: 37). Cabe destacar que el sector agrícola es uno de los grandes beneficiados en materia de creación de empleo por el derrame económico del turismo.

1.1.5.4. ENTRADAS Y SALIDAS DE EXTRANJEROS A ECUADOR.

En términos de número de llegadas de extranjeros y salidas de ecuatorianos no existe déficit, sin embargo en términos económicos la situación es deficitaria. Las salidas de ecuatorianos tienen un decrecimiento, incluso es entendible por los estrictos controles migratorios impuestos por Estados Unidos, España e Italia en los últimos años.

A partir de los datos obtenidos, se registra que en el 2007 salieron 800,869 ecuatorianos en relación al 2008 que con una cifra de 815,199 ecuatorianos apenas tuvo un incremento de variación del 1,7%, si la relacionamos con los años anteriores cuya tendencia era sobre el 9% se observa una decrecimiento claramente explicado por la crisis mundial y el freno migratorio. (Ministerio de turismo, 2008)

Es considerable en la evaluación del 2009 el posible estancamiento en salidas y aumento de llegadas de ecuatorianos por retorno de migrantes debido a la crisis mundial que afecta a los países de acogida.

En relación a la balanza de pagos, según el ministerio de turismo (MINTUR), el ingreso de divisas se ubica para el primer y segundo trimestres del 2008 con 354,400 millones de dólares y un egreso de 476,900 millones de dólares, generando un saldo negativo de 122,500 millones de dólares, frente al mismo período del año anterior representa una diferencia de 51 millones de dólares más que el año 2007, de todas maneras hay que evaluar a fin de año as nuevas cifras que entregue el sector. Aun así se debe cuidar de enfocar toda estrategia a la generación de divisas sin perder el rumbo en la sostenibilidad. (Ministerio de turismo, 2008)

1.1.5.5. ORDENACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO.

El ordenamiento turístico del territorio permitirá el logro de un desarrollo regional orgánico, es decir cómo se mencionó anteriormente se debe establecer circuitos turísticos para estandarizar la estancia del turista y su paso obligatorio por los

destinos señalados esto repercutirá en la calidad de vida de la población así como la administración nacional de los recursos naturales y protección del medio ambiente.

- Inventariar los recursos turísticos de la comuna Jambelì y sus posibles usos alternativos y complementarios, que posibilitaría el uso adecuado y racional del territorio.
- Regular las rutas y circuitos para integrar los recursos homogéneos y complementarios de diversas categorías y características.
- Implementar programas relativos a la circulación, estacionamiento, señalización, materiales receptores de basura etc.
- Establecer sistemas que obliguen el cumplimiento de las condiciones de utilización y estancia en las rutas y circuitos.

1.1.5.6. PRINCIPALES ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.

Diversificación de la oferta turística mediante la creación de nuevos productos. La oferta turística se basa en el segmento histórico cultural representado en su mayoría por algunos lugares tradicionales, sin embargo se podría diversificar la oferta turística desarrollando un interés por nuevos productos como:

- Ecoturismo, turismo rural, montañismo, turismo de aventura etc.
- Centros para congresos, seminarios, convenciones etc.
- Eventos, tanto de recreación, diversión y deportivos como culturales.

1.1.6. RECURSOS TURÍSTICOS.

Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.

Son insumos y lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.

1.7. CLASIFICACIÓN DE TURISMO.

1.1.7.1. TURISMO DE DESCANSO, O SIMPLEMENTE DE SOL Y PLAYA.

El turismo convencional, conocido también como el modelo de “sol y playa”, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

1.1.7.2. TURISMO CIENTÍFICO.

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos.

1.1.7.3. ECOTURISMO O TURISMO COMUNITARIO.

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que Jones, 1992, define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

1.1.7.4. TURISMO DE AVENTURA.

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos sí llegan a ser determinantes. Estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios.

1.1.7.5. TURISMO AGRÍCOLA O AGROTURISMO.

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales.

Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina.

El agroturismo ha dado como resultado de los rancho - hoteles en Estados Unidos, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades. Una de las ventajas del agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos.

1.1.7.6. TURISMO CULTURAL.

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

1.1.7.7. TURISMO HISTÓRICO.

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

1.1.7.8. TURISMO GASTRONÓMICO.

Turismo gastronómico: otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

1.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

1.2.1. LA DESCENTRALIZACIÓN.

La Constitución de la República del Ecuador 2008 establece, en su Art. 227, que” la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación”.

Ibídem, en el Art. 238, establece la autonomía de: “Los gobiernos autónomos descentralizados y al respecto determina que éstos “gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana”.

Ibídem el Art. 248, reconoce a las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación

1.2.2. CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD).

Este Código establece: “La organización político-administrativa del estado ecuatoriano en el territorio; el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera”. Además, desarrolla un modelo de descentralización obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial.

Ibídem Art. 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados.-

- a) “El desarrollo equitativo y solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización;
- g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir”.

1.2.3. DESCENTRALIZACIÓN Y SISTEMA NACIONAL DE COMPETENCIAS (COOTAD).

La descentralización de la gestión del Estado consiste en la transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias, con los respectivos talentos humanos y recursos financieros, materiales y tecnológicos, desde el gobierno central hacia los gobiernos autónomos descentralizados.

A través de la descentralización se impulsará el desarrollo equitativo, solidario y equilibrado en todo el territorio nacional, a fin de garantizar la realización “del buen vivir” y la equidad interterritorial, y niveles de calidad de vida similares en todos los sectores de la población, mediante el fortalecimiento de los gobiernos autónomos descentralizados y el ejercicio de los derechos de participación, acercando la administración a la ciudadanía.

1.2.4. LA REGULACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR.

La principal iniciativa que ha dado plena forma jurídica al papel de las comunidades en el turismo ha sido la, que tiene las siguientes referencias:

La Ley consagra como principios de la actividad turística, lo siguiente:

a) 'La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.

b) La participación de los gobiernos: provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

1.2.5. LOS CONVENIOS DE FOMENTO AL TURISMO COMUNITARIO.

Existen dos niveles de convenios que fomentan la actividad del turismo comunitario en Ecuador, uno a nivel internacional, al que se ha adherido el estado ecuatoriano, y el otro tiene que ver con convenios específicos que se han suscrito entre diversas entidades nacionales para el fomento del turismo comunitario en puntos y áreas específicas.

En el ámbito internacional, el convenio que reconoce los derechos económicos, sociales y ambientales de los pueblos indígenas, es el convenio 169 de la OIT; convenio al que Ecuador se adhirió.

Este instrumento contiene declaraciones y compromisos de los Estados para mejorar la situación de los pueblos indígenas; el campo del turismo entra en el ejercicio de los derechos económicos. A nivel de aplicación práctica, la propia OIT ha financiado en los últimos años, en algunos países sudamericanos, incluido

Ecuador, un programa de apoyo al desarrollo y comercialización de productos de turismo comunitario denominado “Red de Turismo Comunitario de América Latina” (REDTURS), que ha desplegado una metodología propia.

1.2.6. INSTRUCTIVO PARA LA CALIFICACIÓN DE COMUNITARIAS A LAS PERSONAS JURÍDICAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMUNITARIA.

Art. 1. Señalar que las personas interesadas en realizar actividades turísticas en el país y requieran obtener la calificación de comunitarias deberán presentar al CODENPE los siguientes documentos:

- a) Solicitud al CODENPE suscrita por el representante legal de la persona jurídica interesada;
- b) Copia certificada del acuerdo de reconocimiento legal o de otorgamiento de la personería jurídica;
- c) Acta de asamblea general de la comunidad donde aceptan y avalan las actividades de turismo comunitario que desarrolla la organización solicitante firmada por la mayoría de los asistentes, con indicación de sus nombres y apellidos completos y el número de cédula;
- d) Para las entidades señaladas en el numeral 8 del Artículo 14 de la Ley de Turismo, una carta aval de la organización provincial, regional o nacional de la FEPTCE, previo informe escrito de cumplimiento de los principios de turismo comunitario.

1.3. FUNDAMENTACIÓN TEORICA. (Estudio de Factibilidad).

1.3.1. PLAN FINANCIERO.

El plan financiero es un elemento básico que se debe incluir en el plan de negocio tiene como propósito evaluar el potencial económico de un proyecto empresarial y presentar alternativas viables de financiación para la empresa. Antes de realizar el plan de negocio deberán existir estadísticas previas que nos indiquen la viabilidad económica y financiera del negocio.

1.3.2 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

1.3.3.¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD?.

El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Conocer si la gente lo comprará.

- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios o ganancias.

1.3.4.¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SE ELABORAN LOS ANTECEDENTES Y LA PROYECCIÓN DEL PROYECTO?.

Plantear los antecedentes (el pasado) se hace porque el desempeño y los resultados anteriores son una buena referencia sobre cómo podría ser el futuro de la empresa y el proyecto.

Al plantear los antecedentes se busca definir cómo es la persona u organización y cómo ha sido el proyecto.

Esta parte debe formar una idea de cómo es el socio o la organización, en cuanto a nivel de ingresos, interés en llevarlo a cabo, situación financiera y cómo han resultado proyectos anteriores, se consideran los siguientes aspectos:

1.3.5. DATOS GENERALES.

Localización geográfica

Forma legal de la organización

Motivo de la constitución y breve historia

Objetivos de la empresa u organización

Estructura de la empresa u organización

Número de miembros

Principales actividades de los últimos 10 años

Principales logros de los últimos 10 años

Relaciones y resultados con instituciones.

1.3.6. FACTIBILIDAD.

Por factibilidad o sostenibilidad se entiende la capacidad del proyecto para ejecutar el proyecto efectivamente y obtener el impacto previsto.

La factibilidad integra una combinación de factores internos y externos del proyecto relacionados con los objetivos del proyecto y el contexto en el cual se desarrollará.

Estos factores son tangibles como dinero, edificios, equipos, vehículos, tamaño del equipo humano, o intangibles como tecnología, conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes.

Existen varios factores que influyen en la sostenibilidad de un proyecto u organización, cuya relación debe mantenerse en equilibrio.

La factibilidad del proyecto se valora por medio de las siguientes variables:

- **Factibilidad económica.**
- **Factibilidad contextual**

1.3.6.1. FACTIBILIDAD ECONÓMICA (Fortalezas y debilidades económicas).

La factibilidad económica es la capacidad del proyecto ejecutora respecto a la disponibilidad de recursos de capital para su funcionamiento en general y para la ejecución del proyecto.

1.3.6.2. FACTIBILIDAD CONTEXTUAL (oportunidades y amenazas del entorno).

Para definir la factibilidad contextual del proyecto se enfoca la compatibilidad de la contribución del proyecto con las condiciones del entorno, así como los factores que pueden facilitar o dificultar la ejecución e impacto del proyecto.

En esta escala se considera:

1. Alta amenaza
2. Moderada amenaza
3. Baja oportunidad, baja amenaza
4. Moderada oportunidad
5. Alta oportunidad.

1.3.6.3. COMPLEMENTO DEL PROYECTO.

El complemento del proyecto es el efecto de ampliación del potencial del proyecto al unir energías, esfuerzos o recursos. Es un factor deseable en el planteamiento de proyectos debido a que maximiza el impacto de los recursos invertidos, los proyectos y organizaciones.

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea

- Pre-inversión

- Inversión

- Operación.

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse.

Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

La etapa de pre inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre-factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de pre-inversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económicas sean las más ventajosas para el país.

Para llevar a cabo un estudio de factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico-financiero.

Estudio de mercado.

El estudio de mercado es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

1. El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
2. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
3. Comercialización del servicio del proyecto.

Los proveedores, la disponibilidad, los precios de los insumos, actuales y proyectados.

Uno de los factores más crítico de todo proyecto, es la estimación de la demanda, y conjuntamente con ella los ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitos.

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros; para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

El estudio de la competencia es fundamental, para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia. Además, permite argumentar el nivel de ocupación de la capacidad disponible por el proyecto.

El análisis de la comercialización del proyecto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta.

Por lo que las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas aquí tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Los proveedores de insumos necesarios para el proyecto pueden ser determinantes en el éxito o fracaso de éste. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento. Por lo que la información que se obtenga de los proveedores puede influir en la selección de la localización del proyecto.

Atendiendo al estudio de cada una de las variables que influyen en el mercado, es que su objetivo principal está dirigido a la recopilación de carácter económico que se representa en la composición del flujo de caja del proyecto.

El Estudio técnico.

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto y localización.

Tamaño del proyecto.

La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tiene en cuenta los siguientes elementos.

La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo.

La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen regirán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo y por último la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción.

Como concepto de tamaño de planta se adopta de las definiciones anteriores, la correspondiente a la capacidad de producción normal, la que se puede expresar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta.

Localización.

Con el estudio de micro-localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

En la decisión de su ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

1. Facilidades de infraestructura portuaria, aeroportuaria y terrestre, y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono, etc.
2. Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.

3. Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.
4. Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
5. Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

Ingeniería del proyecto.

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de ingeniería básica, equivalente al proyecto técnico.

El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

A partir de ello se podrá establecer una adecuada estrategia de contratación, precisando los posibles suministradores nacionales y extranjeros, así como la entidad constructora.

Con la determinación del alcance del proyecto se requiere exponer las características operacionales y técnicas fundamentales de su base productiva, determinándose los procesos tecnológicos requeridos, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias, así como los tipos de cimentaciones, estructuras y obras de ingeniería civil previstas.

A su vez se determinará el costo de la tecnología y del equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar.

Esta etapa comprende:

- a) Tecnología.

La solución tecnológica de un proyecto influye considerablemente sobre el costo de inversión, y en el empleo racional de las materias primas y materiales, consumos energéticos y la fuerza de trabajo. El estudio de factibilidad debe contar con un estimado del costo de la inversión.

b) Equipos.

Las necesidades de maquinarias y equipos se deben determinar sobre la base de la capacidad de la planta y la tecnología seleccionada. La propuesta se detallará a partir de: valor del equipamiento principal, fuentes de adquisición, capacidad y vida útil estimada.

c) Obras de ingeniería civil.

Los factores que influyen sobre la dimensión y el costo de las obras físicas son el tamaño del proyecto, el proceso productivo y la localización. Se requiere una descripción resumida de las obras manteniendo un orden funcional, especificando las principales características de cada una y el correspondiente análisis de costo, así como el: valor de las obras de ingeniería civil (complejidad de la ejecución), depreciación y años de vida útil.

d) Análisis de insumos.

Se deben describir las principales materias primas, materiales y otros insumos nacionales e importados necesarios para la fabricación de los productos, así como el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto, los que constituyen una parte principal de los costos de producción.

Los precios a los que se pueden obtener tales materiales son un factor determinante en los análisis de rentabilidad de los proyectos.

También se incluyen aquellos materiales auxiliares (aditivos, envases, pinturas, entre otros) y otros suministros de fábrica (materiales para el mantenimiento y la limpieza).

e) Servicios públicos.

La evaluación pormenorizada de los servicios necesarios como electricidad, agua, vapor y aire comprimido, constituyen una parte importante en el estudio de los insumos.

Es necesario detallar el cálculo de los consumos para cada año y la determinación de los costos anuales por este concepto.

f) Mano de obra.

Una vez determinada la capacidad de producción de la planta y los procesos tecnológicos que se emplean, es necesario definir la plantilla de personal requerido para el proyecto y evaluar la oferta y demanda de mano de obra, especialmente de obreros básicos de la región, a partir de la experiencia disponible y atendiendo a las necesidades tecnológicas del proyecto. Mediante estos estudios se podrá determinar las necesidades de capacitación y adiestramiento a los diferentes niveles y etapas.

Al tener definidas las necesidades de mano de obra por funciones y categorías, se determina en cada una de ellas el número total de trabajadores, los turnos y horas de trabajo por día, días de trabajo por año, salarios por hora, salarios por año, etc

El estudio económico-financiero.

El estudio económico-financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de

prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

Para explicar en resumen la metodología a seguir para el estudio de factibilidad se tiene presente un conjunto de etapas.

Pasos a seguir en el estudio de factibilidad.

1. Definición de los flujos de fondos del proyecto de cambio de tecnología para la obtención de silicato de sodio líquido por proceso.
 - a. Los egresos e ingresos iniciales de fondos
 - b. Los ingresos y egresos de operación
 - c. El horizonte de vida útil del proyecto
 - d. La tasa de descuento
 - e. Los ingresos y egresos terminales del proyecto.
2. Resultado de la evaluación del proyecto de inversión en condiciones de certeza, el cual se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican:
 - a. El Valor Actual Neto (VAN)
 - b. La Tasa Interna de Retorno (TIR)
 - c. El Período de recuperación de la inversión (PR)
 - d. La razón Beneficio / Costo (BC).

Flujo de fondos del proyecto.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. Al proyectarlo, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja típico de cualquier proyecto se compone de cinco elementos básicos: egresos e ingresos iniciales de fondos, ingresos y egresos de operación, horizonte de vida útil del proyecto, tasa de descuento e ingresos y egresos terminales del proyecto.

Egresos e ingresos iniciales de fondos: son los que se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto. Los egresos son los que están constituidos por el presupuesto de inversión, y los ingresos constituyen el monto de la deuda o préstamo. Estos egresos e ingresos, dentro del horizonte de la vida útil del proyecto, se representan en el año cero (0): costos del proyecto, inversión en capital de trabajo, ingresos por la venta de activos fijos, efecto fiscal por la venta de activos fijos, crédito o efecto fiscal a la inversión y monto del préstamo.

El presupuesto de inversión, costo de inversión, o presupuesto de capital, cualquiera de las diferentes terminologías, no es más que la inversión necesaria para poner en condiciones de operar una entidad de servicios o productiva. Este presupuesto está formado por el capital fijo y por el capital de trabajo.

El Capital fijo está compuesto por las inversiones fijas y los gastos de pre-inversión.

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo operativo, para una capacidad y tamaño determinados, calculados para el período de vida útil del proyecto.

Ingresos de operación: se deducen de la información de precios y demanda proyectada, es decir, las ventas esperadas dado el estudio de mercado.

Costos de operación: se calculan prácticamente de todos los estudios y experiencias anteriores. Sin embargo, existe una partida de costo que debe calcularse en esta etapa: el impuesto sobre las ganancias, que conjuntamente con la depreciación y los gastos por intereses, forma los costos totales.

Costos totales de producción y servicios: Los costos a los efectos de la evaluación de inversiones son costos proyectados, es decir, no son costos reales o históricos, estos incluyen todos los costos o gastos que se incurren hasta la venta y cobro de los productos.

Comprende por tanto: los costos de producción, dirección, costos de distribución y venta y costos financieros.

En síntesis, los costos de operación estarán conformados por todos los:

- ✓ Costos y gastos relacionados con las ventas o el servicio a prestar (en operaciones).
- ✓ Gastos indirectos (administración, mantenimiento y servicios públicos).
- ✓ Depreciación (es un costo que no implica desembolsos y por tanto, salidas de efectivo).
- ✓ Gastos por intereses.
- ✓ Impuesto sobre las ganancias.

Horizonte de vida útil del proyecto: es el período en el que se van a enmarcar los flujos netos de caja.

Horizonte de evaluación: el cual depende de las características de cada proyecto. Si el mismo tiene una vida útil posible de prever si no es de larga duración, lo más conveniente resulta construir flujos de caja para ese número de años.

Si la empresa que se crearía con el proyecto tiene objetivos de permanencia en el tiempo se puede aplicar la convención generalmente usada de proyectar los flujos a diez años.

Tasa de descuento: es la encargada de actualizar los flujos de caja, dándole así valor al dinero en el tiempo. Además, ha de corresponder con la rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de recursos en proyectos con niveles de riesgos similares, aunque en este caso se denominaría costo marginal del capital.

Ingresos y egresos terminales del proyecto: ocurren en el último año de vida útil considerado para el proyecto. Puede incluir: Recuperación del valor del capital de trabajo neto, el valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Ingresos y egresos terminales del proyecto: ocurren en el último año de vida útil considerado para el proyecto. Puede incluir: Recuperación del valor del capital de trabajo neto, el valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Al evaluar una inversión, normalmente la proyección se hace para un período de tiempo inferior a la vida útil real del proyecto, por lo cual al término del período de evaluación es necesario estimar el valor que podría tener el activo en ese momento, por algunos de los tres métodos reconocidos para este fin, para calcular los beneficios futuros que podría generar desde el término del período de evaluación en lo adelante. El primer método es el contable, que calcula el valor de desecho como la suma de los valores contables (o valores en libro) de los activos.

El segundo método parte de la base de que los valores contables no reflejan el verdadero valor que podrán tener los activos al término de su vida útil. Por tal motivo, plantea que el valor de desecho de la empresa corresponderá a la suma de los valores comerciales que serían posibles de esperar, corrigiéndolos por su efecto tributario.

El tercer método es el denominado económico, que supone que el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento en que se evalúa hacia adelante. Dicho de otra forma, puede estimarse el valor que un comprador cualquiera estaría dispuesto a pagar por el negocio en el momento de su valoración.

La construcción del flujo de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de proyectos.

El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican con mayor frecuencia son: el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el período de recuperación de la inversión (PRI) y la razón beneficio / costo (BC).

1.3.6.4. VALOR ACTUAL NETO.

Según Mascareñas el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida, véase el segmento esquema temporal.

Una inversión es efectuable cuando el “VAN” es mayor a 0, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que calcular también su valor actual).

Por su parte, siguiendo este criterio, de entre diferentes inversiones alternativas son preferibles aquellas cuyo “VAN” sea más elevado, porque serán los proyectos que mayor riqueza proporcionen a los apostadores de capital y, por tanto, que mayor valor aportan a la empresa.

Para ver por qué, supongamos que un proyecto tiene un “VAN” igual a cero, ello querrá decir que el proyecto genera los suficientes flujos de caja como para pagar: los intereses de la financiación ajena empleada, los rendimientos esperados

(dividendos y ganancias de capital) de la financiación propia y devolver el desembolso inicial de la inversión.

Por tanto, un “VAN” positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso irá a parar a los apostadores de la empresa, quiénes verán el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta relación directa entre la riqueza de los accionistas y la definición del “VAN” es la que hace que este criterio sea tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

Una inversión es deseable si crea valor para quién la realiza. El valor se crea mediante la identificación de las inversiones que valen más en el mercado de lo que cuesta adquirirlas. El valor actual neto es la expresión monetaria del valor que se crea hoy por la realización de una inversión, es la rentabilidad de la inversión, la variación de la riqueza o valor del proyecto respecto a otras alternativas posibles representadas por el costo marginal del capital. Dicho de otro modo, puede considerarse como el ahorro sobre la inversión.

Al utilizar esta herramienta es necesario actualizar hasta su valor presente los flujos netos de caja esperados durante cada uno de los períodos de la vida útil del proyecto, descontándolos al costo marginal de capital y, posteriormente, sustraerle el costo de la inversión inicial.

El resultado será el valor presente neto o valor actual neto. Si el mismo es positivo el proyecto será aceptado; si es negativo será rechazado si se tratara de dos proyectos mutuamente excluyentes se implementará el de valor actual neto mayor. En el caso de que, por la aplicación de este criterio, el resultado sea cero, resultará igual la decisión de aceptar o no el proyecto.

El criterio del “VAN” a pesar de ser el más idóneo de cara a la valoración de los proyectos de inversión adolece de algunas limitaciones que es conveniente tener presente y conocer.

- Es incapaz de valorar correctamente aquellos proyectos de inversión que incorporan opciones reales (de crecimiento, abandono, diferimiento, aprendizaje, etcétera) lo que implica que el valor obtenido a través del simple descuento de los flujos de caja no favorable el verdadero valor del proyecto. Es decir, el criterio “VAN” supone, o bien que el proyecto es totalmente reversible (se puede abandonar anticipadamente recuperando toda la inversión efectuada), o que es irreversible (o el proyecto se acomete ahora o no se podría realizar nunca más). Por ello, la posibilidad de retrasar la decisión de invertir socava la validez del VAN, de hecho la espera para conseguir más información tiene un valor que este criterio no incorpora.
- La otra limitación estriba en que la forma de calcular el “VAN” de un proyecto de inversión supone, implícitamente, que los flujos de caja, que se espera proporcionen a lo largo de su vida, deberán ser reinvertidos hasta el final de la misma a una tasa idéntica a la de su coste de oportunidad del capital. Esto no sería un problema si dichos flujos de fondos fuesen reinvertidos en proyectos del mismo riesgo que el actual (suponiendo que el coste de oportunidad del capital se mantenga constante, lo que es mucho suponer), pero si ello no se cumple, el “VAN” realmente conseguido diferirá del calculado previamente.

1.3.6.5. LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR).

Según “Mascareñas”, la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La “TIR” es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

Por lo que se define la “TIR” con mayor propiedad que es la tasa de interés compuesto al que permanecen invertidas las cantidades no retiradas del proyecto de inversión.

Esta es la alternativa más utilizada después del “VAN”. Como se verá la tasa interna de rendimiento (TIR) tiene una relación íntima con el “VAN”. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la

inversión. La palabra "interna" significa que dicha tasa será inherente a un solo proyecto, debido a que depende únicamente, al igual que el "VAN", de los parámetros propios del proyecto de que se trate.

La "TIR", sin dejar de reconocer su efectividad en la mayoría de los casos, presenta a menudo graves problemas que, si no se reconocen a tiempo, podrían inducir a una decisión errada, sobre todo para la decisión que se deriva de proyectos mutuamente excluyentes.

Un primer problema se presenta cuando los flujos presentan más de un cambio de signo. En tales casos puede que existan tantas tasas de retorno como cambios de signo haya, aunque otras veces varios cambios de signo solo exhiben una "TIR" o ninguna.

El máximo número de tasas diferentes será igual al número de cambios de signos que tenga el flujo del proyecto, aunque el número de cambios de signos no es condicionante del número de tasas internas de retorno calculables.

Las decisiones también pueden complicarse cuando no se pueden obviar en la evaluación de la inversión, por su importancia, la variabilidad de las tasas de descuento, dado cambios en la diferencia del interés o la rentabilidad a corto y a largo plazo. ¿Qué hacer entonces?

La solución en estos casos la da el criterio "VAN", más constante y consistente, o una combinación de criterios de decisión para las ocasiones en que esto sea factible.

1.3.6.6. EL CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO.

La tasa de descuento es otro aspecto sobre el que es necesario profundizar en el objetivo de comprender el contenido económico del "VAN". Esta requiere de análisis tanto en su aspecto cuantitativo como cualitativo.

Mientras que, en su aspecto cualitativo, una de las principales dificultades para el cálculo del “VAN” es, precisamente, la de definir la tasa de descuento a utilizar. El proyecto supuesto teórico parte de la hipótesis de la existencia de un mercado financiero, y postula que esta tasa viene determinada por la tasa de interés que rige en el mercado financiero, tasa ésta a la que se podría lo mismo pedir que prestar dinero, y que no variaría para cualquiera que fuera el monto solicitado. Pero, como se sabe, esta no es una hipótesis realista, pues son diversas las tasas de interés existentes en el mercado, tampoco es la misma tasa de interés a la que se presta que a la que se puede pedir prestado y, además; esta tasa está asociada al nivel de riesgo que tenga cada inversión en particular. Por tanto, el cálculo del “VAN” no sólo comportará algunas dificultades, sino que dará sólo un valor aproximado al valor del activo aunque -según la experiencia- útil para la toma de decisiones.

Otro criterio generalmente aceptado para determinar la tasa de descuento es el del costo de oportunidad del capital. Al respecto, si se parte del principio de la escasez de los recursos, resulta mucho más comprensible y factible, establecer como tasa de descuento el costo de oportunidad del capital, entendiéndose por éste, el de la mejor alternativa de utilización de los recursos, es decir, la rentabilidad a la que se renuncia en una inversión de riesgo similar por colocar los recursos en el proyecto.

En este sentido, es frecuente encontrar que la tasa de interés activa (a la que presta dinero la banca nacional) es sumamente alta, es costoso y difícil obtener créditos externos, debido al llamado riesgo país, lo que repercute en el incremento de la tasa de interés a que se obtienen estos recursos. Ello, se suma a que las economías del tercer mundo, caracterizadas, básicamente, por la alta participación del sector agropecuario y de la pequeña y mediana industria, sectores donde -en general- es baja la tasa de rentabilidad, por tanto, situaciones en que la tasa de interés es mayor que la tasa de rentabilidad. En este contexto, podrían también existir ramas de la economía cubana, en que el costo del dinero sea mayor que el costo de oportunidad del capital (dadas las restricciones que se enfrentan en los mercados

de capitales), por tanto, en que habría que calcular la tasa de descuento a partir de la tasa de interés.

Estas y otras razones explican que, en el cálculo de k , estén presentes componentes objetivos y subjetivos, por lo que se coincide con aquellos autores que afirman que esta debe representar la rentabilidad mínima que se le exige al proyecto, para cuyo cálculo se considera que se deberán tener en cuenta factores objetivos, tales como: las tasas de interés a que la empresa y el país reciben recursos financieros, los niveles de rentabilidad de la rama económica a que pertenece el proyecto, riesgo financiero, etcétera, pero también criterios subjetivos dictados por la experiencia y la intuición del sujeto decisor.

En resumen, el “VAN” no se puede concebir sólo como un resultado numérico para seleccionar proyectos de inversión, sino que su empleo se sustenta en el hecho de que esté en correspondencia con los objetivos de los inversionistas, con los objetivos financieros de la empresa.

1.3.6.7. PERÍODOS DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI).

El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto.

1.3.6.8. RAZÓN COSTO / BENEFICIO (RCB).

Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el “VAN” y la “TIR”, el análisis de beneficio-costos se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del “VAN” en el resultado, que es expresado en forma relativa.

La decisión a tomar consiste en: C/B mayor a 1.0 aceptar el proyecto y C/B menor a 1.0 rechazar el proyecto.

CAPITULO II

METODOLOGÍA.

Preámbulo:

Comprende la metodología, se fundamenta en las respectivas técnicas de recolección de datos como: encuestas las cuales fueron aplicadas a los clientes potenciales, donde se pudo recabar toda la información necesaria que permitiera conocer las necesidades de nuestros posibles clientes.

2. METODOLOGÍA

La investigación que se planteó realizar es exploratoria o cualitativa ya que permitió identificar el origen del problema, y cuáles fueron los factores que habían afectado el desarrollo de la Comuna Jambelí, de igual forma por el grado de conocimiento es explicativa puesto que da respuesta al porqué de la investigación, de tal forma establecer relaciones entre las variables con el objetivo de conocer la estructura y factores que intervienen en el proceso, también podemos mencionar que es descriptiva o cuantitativa puesto que permitió analizar e interpretar los diferentes elementos del problema.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Con el objetivo de identificar las falencias y necesidades que tiene la comuna Jambelí se efectuó la recopilación de información tanto a los turistas, habitantes, comuneros y al presidente de la comuna esto se lo logro mediante la aplicación de los métodos cuantitativos y cualitativos para poder realizar un adecuado proceso investigativo.

2.1.1 INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA O CUALITATIVA

Con este tipo de investigación encontramos los datos descriptivos, entendida también como una investigación social puesto que estudiamos las causas de los problemas que no han sido solucionados en la comuna Jambelí, a través de números e índices, sino que son analizados como sistema complejos interrelacionados desde el punto de vista de cada persona, es así que se utiliza la descripción de los hechos en la generación de conocimiento de tal forma hacer de esta investigación una fuente de información para la toma de decisiones.

Para nuestra investigación utilizamos la técnica de la entrevista.

2.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA O CUANTITATIVA

Este tipo de investigación nos sirvió para poder examinar los datos de manera numérica, por lo tanto para desarrollar la metodología cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal, por eso en el estudio en la comuna Jambelí fue necesario, que haya claridad de tal forma que sea posible definirlo, limitarlo y saber exactamente donde se inicia el problema y que tipo de incidencia existe ente sus elementos, para llegar a un adecuado análisis.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para poder realizar este estudio se tomó en consideración los distintos tipos de investigación los mismos que me permitieron realizar una excelente recolección de datos puesto que me brindaron la guía necesaria que respaldan lo que se está analizando dentro de la comuna Jambelí.

La modalidad del trabajo de grado que se utilizará en esta investigación, es el estudio de factibilidad, el cual comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas socio económicos de las familias de la comuna de Jambelí refiriéndose al proceso de creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa de la comuna Jambelí, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena en el año 2013-2022.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para desarrollar el estudio metodológico de la comuna Jambelí se tomó en consideración los siguientes tipos de investigación:

Por el nivel de estudio

Investigación descriptiva

Por el lugar y fuentes

Investigación de campo

2.3.1 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Con este tipo de investigación podemos darnos cuenta las costumbres que tienen los habitantes de la comuna Jambelí, también podemos estudiar el entorno de la comuna, sus características demográficas

En el informe final se debe señalar los datos obtenidos y el medio exacto de la población de donde fueron extraídos los datos, ya que se toma en cuenta una muestra representativa la misma que se escogerá dependiendo del problema de estudio, de tal forma que los datos pueden ser expresados en términos cualitativos o cualitativos dependiendo del caso se pueden utilizar ambos a la vez.

2.3.2 INVESTIGACION DE CAMPO

En la comuna Jambelí realizamos este tipo de investigación, esto nos permitió tener un conocimiento profundo ya que puede manejar los datos con mayor seguridad, podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivas y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes.

Se debe tener en cuenta que cuando los datos se recogen directamente se los denomina primarios ya que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, por lo que facilita su revisión o modificación en caso de que surja alguna duda.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación a seguir para lograr un fin propuesto se aplicaron varios métodos con el objetivo de identificar los problemas por los que atraviesa la comuna Jambelí, de tal forma poder establecer las posibles soluciones buscando el bienestar y superación de la comunidad.

Por lo tanto los métodos escogidos en nuestra investigación fueron:

Método Analítico

Método Sintético

Método Deductivo

2.4.1 MÉTODO ANALÍTICO

Es aquel método de investigación que consiste en la separación de un todo, es decir descomponerlo en sus partes o elementos con el objetivo de poder observar las causas y efectos puesto que es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objetivo que se está estudiando de tal forma poder establecer nuevas teorías.

2.4.2 MÉTODO SINTÉTICO

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis, de tal forma que se convierte en un procedimiento mental que tiene como meta principal la comprensión de la esencia de lo que ya se conoce, es así que la síntesis y análisis es indispensable ya que permite producir nuevos juicios y argumentos.

2.4.3 MÉTODO DEDUCTIVO

Para el estudio realizado en la comuna Jambelí, consideramos un método necesario para nuestra investigación porque este método va de lo general a lo particular de tal forma que se puede decir que el método deductivo parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas para la recolección de información de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa **"DISOC CABIN IN THE BEACH"** fueron la encuesta y la entrevista las mismas que serán aplicadas de la siguiente manera:

2.5.1. ENCUESTA.

Se realizó encuestas dirigidas a los turistas de la provincia de Santa Elena, con la finalidad de receptar la información necesaria para la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa.

Tomando en consideración que la encuesta es una técnica de recopilación de información a través de preguntas formuladas sobre las variables de nuestra investigación, dicha recopilación puede obtenerse por medio de un cuestionario escrito o por una guía de entrevista, para lo cual se puede utilizar las preguntas del cuestionario.

2.5.2 ENTREVISTA.

Se realizaron entrevistas al presidente de la comuna, con el fin de conocer su criterio con respecto a la posibilidad de crear una hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna Jambelí.

La entrevista es una técnica de investigación y podemos definirla como una situación construida o creada con el fin específico que el encuestado pueda expresar dentro de una conversación, de tal forma pueden ser:

Entrevista estructuradas

Entrevista no estructuradas

Entrevista semi - estructuradas

Para nuestra investigación aplicaremos la entrevista semi estructurada.

2.5.2.1 ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

Por el nivel de educación que posee el presidente de la comuna Jambelí aplicaremos la entrevista no estructurada con el fin de que pueda expresar todas las necesidades que existen en dicha comuna.

Es el resultado de la combinación de la entrevista estructurada y de la no estructurada, es decir que el entrevistador conoce de antemano algunos elementos específicos de su entrevistado, en este caso el investigador es más directo que en la entrevista no estructurada, pero deja un grado de mayor libertad para la respuesta del entrevistado que en la entrevista estructurada.

2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos que se utilizaron para la recolección de la información mediante la aplicación de la encuesta y entrevista en la provincia de Santa Elena y en la comuna Jambelí.

2.6.1 GUÍA DE ENTREVISTA

Por lo expuesto anteriormente es la más conveniente para ponerlo en práctica en la recolección de información en la comuna Jambelí puesto que se tiene mayor flexibilidad al realizar la entrevista.

La entrevista facilita información a datos sobre sí mismo o sobre el tema que se está investigando, esta técnica permite identificar sus opiniones sobre cuales consideran que son sus fortalezas y debilidades, puesto que la entrevista está diseñada para obtener información en forma verbal las mismas que fueron diseñadas con anterioridad.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1 POBLACIÓN

La población de estudio está compuesta por una parte del flujo turístico que visita específicamente la zona norte y, por otro lado de los habitantes de la comuna Jambelí y sus directivos.

2.7.2 MUESTRA

Los datos del flujo turístico en todas las ocasiones donde no es posible o conveniente realizar un censo lo que se realiza en estos casos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población, es así que para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil se debe indicar las características de la población puesto que son importantes al momentos de ejecutar la investigación, en este caso nos dio una muestra de 379 encuestados.

2.7.3 MUESTREO

El tipo de muestreo que se va a realizar muestreo es una herramienta de la investigación científica, su función principal es determinar que parte de una realidad en estudio población o universo, por lo tanto debe examinarse con la finalidad de hacer inferencia sobre dichas población.

El error que se comete debido a hecho de que se obtiene conclusiones sobre cierta realidad a partir de la observación de solo una parte de ella, se lo denomina error de muestreo. Obtener una muestra adecuada significa lograr una versión simplificada de la población.

Es así que se clasifica en:

Muestreo probabilístico

Muestreo no probabilístico

2.7.3.1 MUESTREO PROBABILÍSTICO

Son aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente tiene todas las posibles muestras de tamaño en la misma probabilidad de ser elegidas, por lo tanto este elemento nos asegura la representatividad de la muestra extraída, es así que fue la elegida para aplicar dentro de la investigación

2.7.3.2 MUESTREO NO PROBABILÍSTICO

En ocasiones para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso por lo que se debe recurrir a métodos no probabilísticos, de tal forma que se debe tener presente que este método no sirve para brindar generalizaciones ya que no se tiene la certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

2.7.2 CALCULO DE LA MUESTRA

La población de estudio está compuesta por una parte del flujo turístico que visita específicamente la zona norte, por otro lado de los habitantes de la comuna Jambelí.

2.7.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Por tratarse de una población finita la fórmula aplicada para determinarla es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z² = Valor crítico correspondiente al coeficiente de confianza con el cual se desea hacer la investigación.

p = Proporción poblacional de ocurrencia de un evento

q = Proporción poblacional de no ocurrencia del fenómeno.

E² = Error Muestral.

Desarrollo:**FLUJO TURÍSTICO**

$$n = \frac{(1,95)^2 (0,5)(0,5)(90000)}{(90000-1) (0,05)^2 + (1,95)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{85556,25}{225,948125}$$

$$n = 378,654392$$

$$n = 379 \text{ Encuestas}$$

Una vez aplicada la fórmula de la muestra tomando en cuenta el total de la población se tiene como referencia aplicar 379 encuestas, las mismas que van a estar dirigidas a los turistas de la provincia de Santa Elena.

2.8 PROCESAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Una vez levantada la información de campo, se procederá con la aplicación de los elementos necesarios que permitan la tabulación de los datos de tal forma poder analizarla con el objetivo de poder tomar los correctivos necesarios.

En cuanto a las técnicas de análisis de datos se tomaron en cuenta los siguientes elementos:

2.8.1 CODIFICACIÓN DE DATOS

Para lo cual se tomara en cuenta los cuadros representativos generales de los resultados obtenidos luego del estudio de campo.

2.8.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se realizaran análisis cuantitativo, porcentual, gráfico y cualitativo.

2.8.3. TABULACIÓN DE DATOS

Fundamentada exclusivamente en datos numéricos y porcentuales, es decir utilizar frecuencias

2.8.4. GRÁFICOS

Para la representación de los datos se realizaron gráficos circulares

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Preámbulo:

Contiene, el análisis interno e interpretación de los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, la cual está estructurado por la pregunta, el cuadro de frecuencia, el gráfico y el análisis e interpretación de los resultados y estudio técnico donde se detallan la manera de cómo está distribuida la hospedería comunitaria y cabañas en la playa.

3. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

3.1 TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA

El estudio de campo se llevó a cabo mediante la aplicación de una encuesta aplicada a los turistas que frecuentemente visitan la provincia de Santa Elena, la misma que se elaboró tomando en consideración los 90.000 turistas que visitan la provincia.

Logrando obtener una muestra de 379 turistas, de tal forma se procedió con la aplicación del cuestionario, la base de nuestro estudio es encontrar los gustos, preferencias y necesidades de los turistas y hacer de su estadía en nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la playa un momento inolvidable.

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa nos planteamos una encuesta que consta de 14 preguntas, las mismas que nos ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del servicio y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos.

Los procedimientos para la medición de actitudes dependen de los datos de los encuestados. Para esto es necesario vincular el comportamiento con escalas de medición.

La fuente potencial de datos, obviamente son los turistas, los cuales nos proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos. Nuestra encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente.

La recolección de los datos y la determinación de la muestra a usar, son las claves para reducir el margen de error en las investigaciones de mercado. La forma en que recopilamos la información fue la siguiente:

- ✓ Mediante la entrevista realizada al presidente de la comuna Jambelí.
- ✓ Las encuestas se las realizó en sitios de concurrencia turística como los centros comerciales, hoteles y en las calles.
- ✓ El periodo en que se realizó las encuestas fue en enero/24/2012 a febrero 13/2012.

De acuerdo al cuestionario que se utilizó en la investigación las escalas que se utilizaron fueron las siguientes:

- ✓ La escala nominal se caracteriza por ser la más simple en donde las creencias del encuestado se clasifican en dos o más categorías. Por ejemplo puede desarrollarse una escala nominal a partir de preguntas con respuestas de Si, No, No se, etc. Esta escala fue aplicada a las preguntas 3, 5, 8, 9, 13 y 14 con esta, pueden asignarse números a las categorías para el propósito de análisis de datos.

- ✓ La escala de clasificación requiere que el encuestado indique su posición de categorías ordenadas que corresponden a su actitud. Esta escala se aplicó a las preguntas 1, 2, 4, 6, 7, 10, 11 y 12.

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

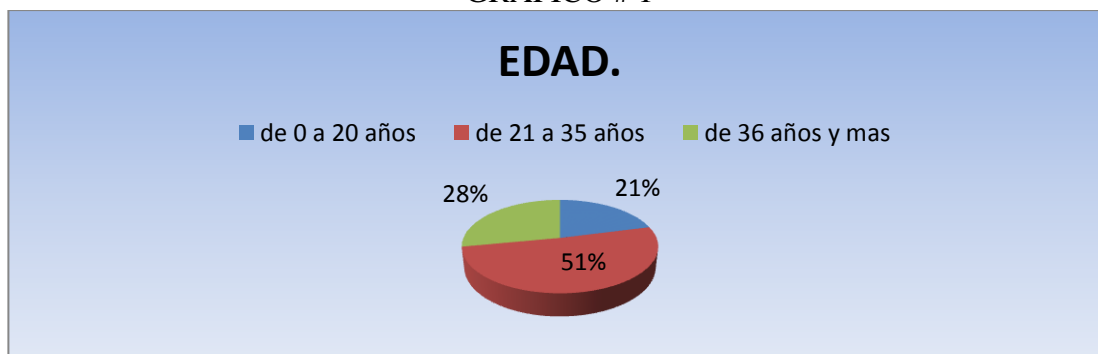
EDAD

¿ QUE EDAD TIENE?		
EDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD
De 0 a 20 años	21%	80
De 21 a 35 años	51%	193
De 36 años y mas	28%	106

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 1



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación

Para nuestro estudio consideramos la edad de los encuestados por la importancia que tiene al momento de establecer nuestro mercado meta. Para realizar un estudio equitativo se tomó en consideración tres segmentos objetivos para nuestro negocio: las personas de 0-20 años, en este rango se incluirían a niños y adolescentes que es representado por el 21% de los encuestados, las personas de 21 a 35 años que es representado por los jóvenes estudiantes y trabajadores según el estudio muestra que es representada por el 51% de los encuestados y finalmente el rango de las personas de 36 años en adelante que es representado por el 28% de los encuestados. Nuestro estudio nos muestra que en el rango de 21 a 35 años tenemos el mayor índice de aceptación por lo que enfocaremos nuestro mercado a este segmento de clientes.

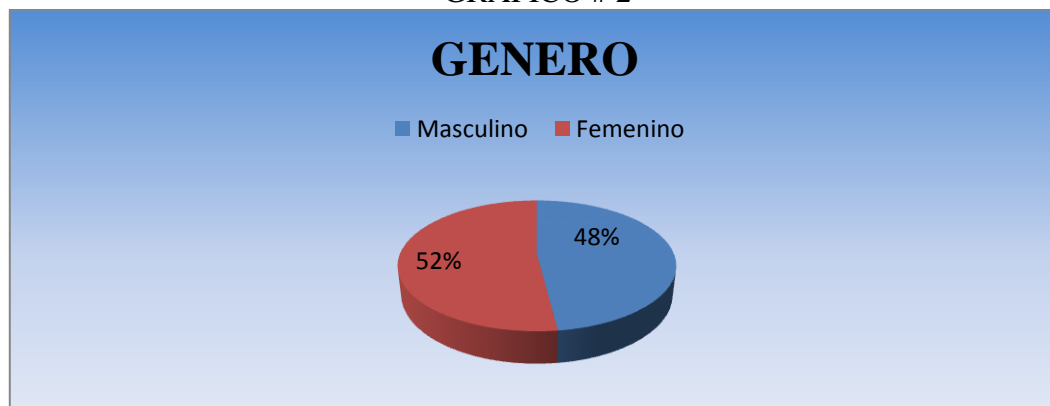
GENERO

¿CUÁL ES SU GÉNERO?.		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
Masculino	48%	182
Femenino	52%	197

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 2



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación

Para nuestro estudio de mercado hemos considerado el sexo de los turistas por la gran importancia e influencia que tiene, como podemos observar en la tabla y gráfico 2, del estudio de 379 personas nos muestra que el 52% de las personas encuestadas corresponden al sexo femenino mientras que el 48% de los encuestados corresponden al sexo masculino, esta muestra nos refleja que el mayor índice de aceptación lo tendremos en el sexo femenino, por este motivo se buscarán alternativas para poder fomentar la aceptación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa "DISOC CABIN IN THE BEACH" por parte del género masculino.

FRECUENCIA DE VISITAS A CENTROS TURÍSTICOS.

¿VISITA USTED FRECUENTEMENTE CENTROS TURÍSTICOS?		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	66%	0
NO	34%	129

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 3



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación

La provincia de Santa Elena tiene la presencia de turistas todos los meses del año por sus hermosas y acogedoras playas por este motivo se ha fomentado el turismo provincial en gran escala creando centros turísticos en sus principales comunas, el 66% de las personas encuestadas visitan frecuentemente los centros turísticos, mientras que el 34% no los visita, una de las alternativas porque no los visitan es por la poca infraestructura y capacidad ocupacional que existe en los diferentes sitios turísticos, por este motivo tenemos que descubrir y fomentar el turismo local mediante la difusión de estos y nuevos sitios turísticos para que se conviertan en los más visitados.

CENTROS TURISTICOS MÁS VISITADOS.

¿CUÁLES CENTROS TURÍSTICOS VISITA REGULARMENTE?		
DESTINOS	PORCENTAJE	CANTIDAD
Ballenita	9%	34
Salinas	20%	76
La Libertad	11%	42
San Pablo	6%	23
Ayangué	8%	30
Playa Rosada	5%	19
Montañita	16%	61
Olón	3%	11
Valdivia	4%	15
Otros	18%	68

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 4



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación

Los destinos turísticos de nuestra provincia son muchos, pero estos ya tienen mucho tiempo descubiertos y en época de temporada existe una concurrencia de turistas muy grande que no se pudo disfrutar al cien por ciento de los mismos, según el estudio realizado a los turistas de la provincia de Santa Elena el destino turístico más es el Balneario de Salinas con una aceptación del 20%, seguido por Montañita con el 16%, La Libertad con el 11%, Ballenita con el 9%, Ayangué con el 8%, San Pablo con el 6%, Playa Rosada con el 5%, Valdivia con el 4%, Olón con el 3% y otros balnearios representados con el 18% de las personas encuestadas.

PERSONAS QUE CONOCEN JAMBELÍ

¿HA VISITADO LA COMUNA JAMBELÍ?		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	77%	292
NO	23%	87

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 5



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación

Realizamos el estudio de mercado a los turistas de Santa Elena acerca del conocimiento que existe de este rincón paradisíaco en nuestra ruta del Spondylus pero el resultado de la encuesta nos mostró que los turistas que han visitado la comuna de Jambelí en su parte céntrica pero por las condiciones y el poco acceso que existe a este rincón turístico no les ha permitido a muchos conocerlo pero que si conocen y les gustaría visitar más seguido dicha comunidad porque el lugar es muy tranquilo y acogedor, el resultado del estudio nos muestra que el 77% de los turistas han visitado la comuna de Jambelí mientras que el 23% no conoce.

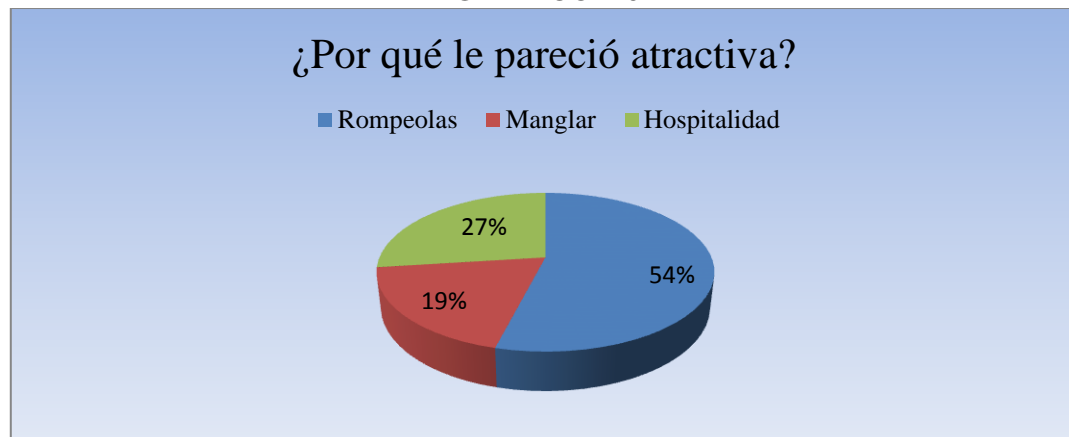
ATRATIVOS DE LA COMUNA JAMBELI.

¿ POR QUÉ LE PARECIÓ ATRACTIVA?		
ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	CANTIDAD
Rompeolas	54%	205
Manglar	19%	72
Hospitalidad	27%	102

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 6



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

La comuna Jambelí posee grandes atractivos turísticos, estos no han sido explotados por la falta de infraestructura y difusión de las características de la comuna Jambelí. Para poder escoger que atractivos turísticos son los que mayor aceptación tienen por parte de los turistas realizamos el estudio donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 54% de los visitantes de la comuna Jambelí la prefiere por su hermoso y atractivo rompeolas, porque nos muestra un lugar digno de disfrutar en familia, el 27% la prefiere por la hospitalidad por parte de sus habitantes y el 19% por su manglar que acoge a diferentes especies de aves y crustáceos, convirtiendo a la comuna Jambelí en un encantador paisaje para poder disfrutar de las maravillas de la naturaleza.

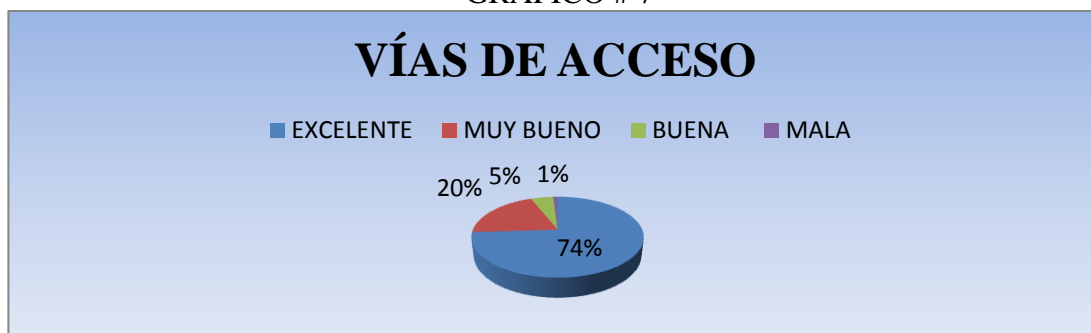
VÍAS DE ACCESO

¿CÓMO CONSIDERA EL ESTADO DE LA VÍA DE ACCESO A LA COMUNIDAD JAMBELÍ?		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
EXCELENTE	74%	280
MUY BUENO	20%	76
BUENA	5%	19
MALA	1%	4

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 7



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

Una de las causas porque no son explotados muchos rincones turísticos es por el acceso vehicular que existe a los diferentes lugares, la comuna Jambelí no ha podido explotar sus paradisíacas playas por la falta de una vía de acceso vehicular y peatonal a la playa, por este motivo se incluyó en el estudio el estado de la vía de acceso a la comunidad donde el análisis de mercado refleja que el 74% de los encuestados considera que el acceso a la comuna Jambelí es excelente pero tendrían que mejorar el ingresos hasta la playa o lugar turístico, el 20% de los encuestados que es muy buena, el 5% de la vía es buena y el 2% de los encuestados consideran que es mala, con este estudio podemos concluir que el acceso a la comuna es excelente pero que se tendría que gestionar para crear y mejorar el acceso a la playa de la comuna Jambelí.

SEGURIDAD

¿CONSIDERA USTED QUE ES SEGURO VISITAR LA COMUNA JAMBELÍ PARA OBTENER MOMENTOS DE ALEGRÍA Y ESPARCIMIENTO?		
SEGURIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	97%	368
NO	3%	11

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 8



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

Siendo la seguridad una de las consideraciones primordiales del turista que desea visitar los centros turísticos por la tranquilidad que existe al estar en contacto con la naturaleza y dejar las ciudades y deciden viajar un fin de semana a un lugar tranquilo y seguro porque sus ciudades están llenas de inseguridad realizamos el estudio del nivel de seguridad que existiría en nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la paya "DISOC CABIN IN THE BEACH" y los encuestados consideran que el 97% que es seguro visitar la comuna Jambelí, mientras el 3% consideran que no es seguro.

CREACIÓN DE LA HOSEDERIA COMUNITARIA

¿LE GUSTARÍA QUE LA COMUNA JAMBELÍ TUVIESE UN CENTRO TURÍSTICO?		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	99%	375
NO	1%	4

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 9



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

Buscando el desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena- comuna de Jambelí buscamos la posibilidad de crear y fomentar lugares y destinos turísticos para los diferentes tipos de clientes que deseen visitar un lugar nuevo y acogedor donde podrán disfrutar de todas sus maravillas naturales, según el estudio realizado nos muestra que el 99% de los encuestados les gustaría que en la comuna Jambelí se creara una hospedería comunitaria y cabañas en la playa, mientras que el 1% no están de acuerdo con la implementación del proyecto. Con este resultado nos damos cuenta de la gran aceptación que tendría la creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna Jambelí.

SERVICIOS

¿QUÉ SERVICIOS LE AGRADARÍA QUE OFRECIERA ESTE CENTRO TURÍSTICO?		
ACTIVIDADES	PORCENTAJE	CANTIDAD
HOSPEDERIA	85%	322
RESTAURANT	11%	42
ECOTURISMO	4%	15

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 10



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

Los servicios que se brindan con frecuencia en los diferentes centros turísticos es el servicio de restaurant pero no existen lugares donde los turistas se puedan hospedar y mantener en contacto con la naturaleza, realizamos el estudio dando a conocer los servicios que se brindarían en la hospedería comunitaria y cabañas en la paya "DISOC CABIN IN THE BEACH", el 85% de los encuestados prefiere el hospedaje, mientras que el 11% le gustaría que existiera el área de restaurant y con una aceptación del 4% que existiera ecoturismo, con estos resultados establecemos que brindaremos el servicio de hospedería ya que el servicio de restaurant y ecoturismo serán realizadas por parte de los habitantes de comunidad que tengan experiencias en estas áreas.

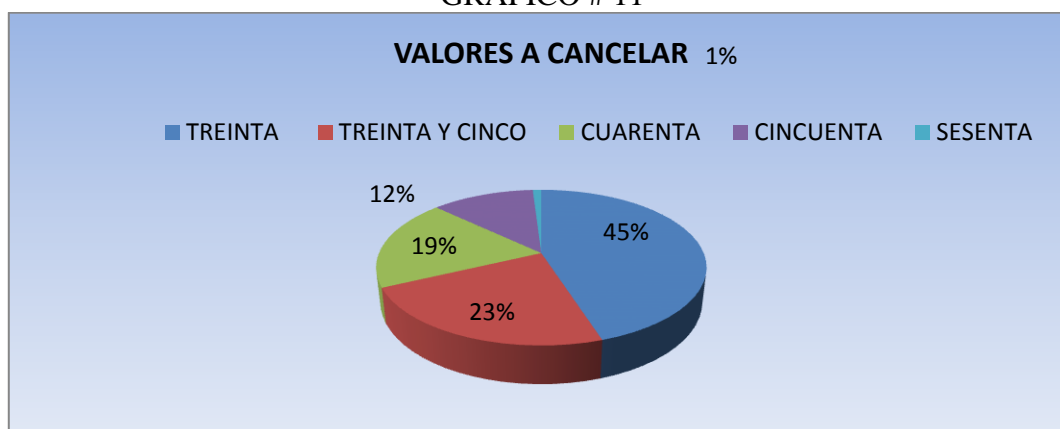
VALORES A CANCELAR

¿SEGÚN LO QUE OFRECE EL CENTRO TURÍSTICO, CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR POR EL SERVICIO?		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
TREINTA	45%	171
TREINTA Y CINCO	23%	87
CUARENTA	19%	72
CINCUENTA	12%	45
SESENTA	1%	4

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 11



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

El valor que se cancela por un servicio es muy importante porque esto influye en la demanda proyectada del servicio que se brindara, nuestro estudio nos muestra que el 45% de los encuestados estaría dispuesto a cancelar \$30,00; seguido por el 23% de los encuestados que estarían dispuestos a cancelar \$35,00; el 19% de los encuestados estaría dispuesto a cancelar \$40,00 por el servicio; el 12% estaría dispuesto a cancelar \$50,00 y el 1% estaría dispuesto a cancelar \$60,00 por el servicio, el estudio nos muestra que el precio con mayor porcentaje de aceptación es la \$30,00 por este motivo consideramos este precio como base del servicio que se brindara, de este valor le sumaremos el IVA.

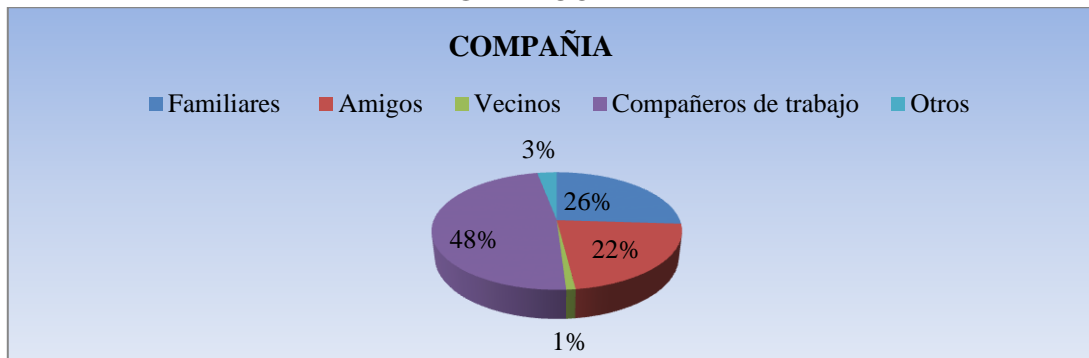
COMPAÑIA A "DISOC CABIN IN THE BEACH"

¿CON QUIENES VISITARÍA EL CENTRO TURÍSTICO?		
ALTERNATIVAS	PORCENTAJE	CANTIDAD
Familiares	26%	99
Amigos	22%	83
Vecinos	1%	4
Compañeros de trabajo	48%	182
Otros	3%	11

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 12



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

La compañía que tendrán los turistas de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa "DISOC CABIN IN THE BEACH", con esto se puede establecer los servicios adicionales de esparcimiento y entretenimiento que se pueden brindar en la hospedería, también podemos saber qué tipo de cabañas son las que más capacidad ocupada tendrán durante el año, el estudio nos muestra el siguiente resultado, el 48% de los encuestados prefieren visitarla con los compañeros de trabajo, mientras que con el 26% la visitarían con familiares, el 22% con amigos del colegio y universidad, el 3% con otros y el 1% con sus vecinos, quedando establecido que nuestros turistas estarán dispuestos en gran proporción a visitarlos con sus compañeros de trabajo que poseen un gran espíritu aventurero.

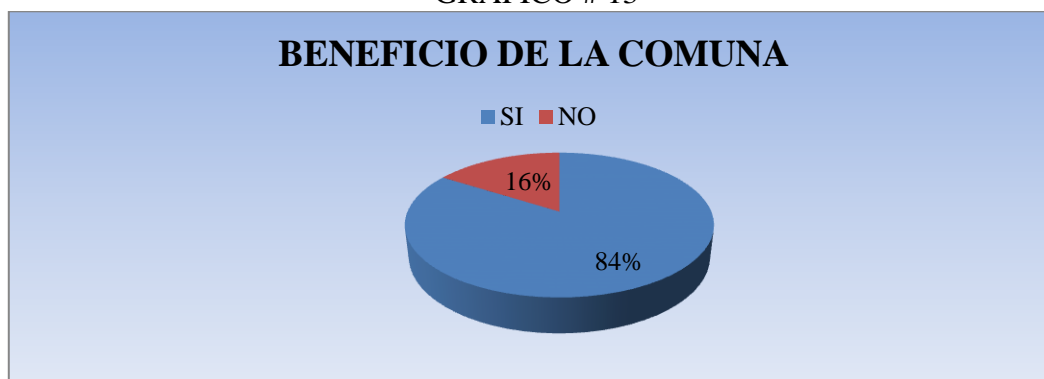
BENEFICIO DE LA COMUNA JAMBELÍ

¿CONSIDERA USTED QUE LA POBLACIÓN SE BENEFICIARÍA CON LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO?		
BENEFICIO	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	84%	318
NO	16%	61

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 13



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

Se realiza el presente estudio considerando el desarrollo e impacto social que tendría la creación de este tipo de proyecto de creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna de Jambelí, ya que la mayoría de sus habitantes son jóvenes con espíritu emprendedor que no están ocupados por falta de oportunidades laborales, los estudios nos muestran lo siguiente: el 84% de los encuestados consideran que la comunidad se beneficiaría con la creación de la hospedería comunitaria mientras el 16% considera que no existiría ningún beneficio para los habitantes de la comunidad, con este resultado podemos darnos cuenta que impacto tendría la aplicación de este tipo de proyectos comunitarios y el beneficio que brindaría a los habitantes de las comunidades.

IMPACTO ECONÓMICO NACIONAL

¿CREE USTED QUE SE DESARROLLARÍA EL TURISMO EN LA COMUNA JAMBELÍ LA CREACIÓN DEL CENTRO TURÍSTICO?		
ALTERNATIVA	PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	65%	284
NO	25%	95

Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

GRAFICO # 14



Fuente: Turistas de la provincia de Santa Elena

Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé

Análisis e interpretación.

El turismo es una de las fuentes de ingresos que más dinero ofrece al país porque en el año existe una gran demanda turística y uno de los destinos turísticos más visitados a nivel nacional es nuestra provincia de Santa Elena, existe un gran número de extranjeros que visitan anualmente las encantadoras playas de nuestra provincia generando ingresos a los habitantes de la misma, el 72% de los encuestados consideran que con el desarrollo del turismo de la comuna Jambelí contribuiría al desarrollo del país, por el motivo que se pagarían impuestos que contribuirían a la inversión pública, mientras el 28% considera lo contrario, con esto podemos establecer la importancia que tendría la aplicación de este proyecto comunitario.

3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

Realizamos una entrevista al Sr. Pedro Borbor presidente de la comuna Jambelí para poder saber realmente las necesidades que tienen los habitantes y el impacto económico, social y productivo que tendría fomentar el turismo local, nuestro estudio muestra la forma más clara y analítica del proceso de aplicación del proyecto el cual se considera que con la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa ``DISOC CABIN INTHE BEACH`` sería muy beneficiosa para la comuna Jambelí, porque con esto se ayudaría al desarrollo económico y social de las familias, fomentando el emprendimiento y aplicación de los conocimientos, artes culinarias y artesanales sirviendo para el sustento de muchas familias porque ellos serían las personas encargadas de administrar la hospedería, el proyecto está enfocado a incrementar cada año nuevos servicios y fomentar la venta directa de las artesanías que se producen en la comunidad desarrollando el emprendimiento comunitario a gran escala para que estas familias puedan mejorar su estilo de vida y alcanzar el buen vivir que establece nuestra constitución, el presidente de la comuna se compromete a gestionar en lo que le compete para que este proyecto se cumpla porque poseen un espíritu emprender y tienen todas las ganas que exista un proyecto de esta magnitud para fomentar y explotar las actividades turísticas y poder ofrecer al mercado turístico nacional como internacional un nuevo servicio y mostrar que en nuestra provincia todavía existen lugares turísticos encantadores que no han sido descubiertos y explotados, se solicitara a la prefectura y a la alcaldía que se gestione la construcción de la carretera de acceso a la playa, la elaboración de un parqueadero vehicular y la dotación de todos los servicios básicos. Obteniendo los recursos necesarios para la aplicación del proyecto ayudaría a muchos habitantes de la comunidad porque serian ellos los entes productores del mismo creando fuentes de trabajo directas e indirectas para muchas personas que no tienen el dinero suficiente para subsistir diariamente, una gran cantidad de habitantes se beneficiarían porque los artesanos de la zona venderán sus productos a los turistas, las actividades eco

turísticas y de aventuras también se llevaran a cabo por parte de los habitantes de Jambelí.

Las ventajas que tendría la comuna de Jambelí con la aplicación del proyecto de creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa ``DISOC CABIN INTHE BEACH``, en la zona existen productos marinos como otras, michullas, cangrejos, pescados, camarones, entre otros que se utilizarían para elaborar los diferentes tipos de comidas, otra de las ventajas es que existe un gran número de personas desempleadas que podrían laborar en la hospedería, las desventajas que tendríamos es que no exista la publicidad adecuada de la hospedería comunitaria y pase a ser un lugar invisible por parte de los turistas.

La hospedería comunitaria y cabañas en la playa ``DISOC CABIN INTHE BEACH`` estará ubicado cerca de la playa en el centro del rompeolas y el mar para que nuestros turistas puedan bañarse en el mar y para los niños en el rompeolas.

Tomando y aplicando todos los mecanismos de desarrollo del turismo comunitario, este proyecto tendrá un gran impacto en el mercado turístico nacional e internacional por las grandes alternativas de entretenimiento que se podrán establecer en el ámbito turístico local.

CAPITULO IV

PREAMBULO:

Comprende el contexto y análisis técnico donde se estudian todas las características de la comuna, en el análisis financiero que se elaboró se detallan todos los activos y las de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, el periodo de recuperación de la inversión.

Finalmente se encuentra la bibliografía y una serie de anexos que servirán de información complementaria.

4.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO.

“Estudiar la factibilidad de la creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa de Jambelí, mediante la investigación, el análisis y la encuesta de su importancia para solucionar el problema turístico regional”.

4.1.1. OBJETIVO GENERAL.

Elaborar el Estudio de Factibilidad a través del análisis e interpretación de los resultados para la creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna de Jambelí, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena en el periodo 2012 –2013.

4.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Recopilar información mediante la aplicación de técnicas de investigación para el conocimiento sobre el sector.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas entre los comuneros y autoridades seccionales de la Provincia de Santa Elena a través de convenios para fomentar el turismo en la localidad.
- ✓ Fijar la estructura de la organización mediante la representación gráfica para el cumplimiento de requerimientos legales, constitucionales, administrativas y de impacto ambiental.
- ✓ Determinar la posibilidad financiera del proyecto con el diseño y estructura de los estados financieros que contribuyan a la viabilidad del proyecto.

4.2. ASPECTOS TECNICOS.

4.2.1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA.

La hospedería comunitaria y cabañas en la paya “DISOC CABIN IN THE BEACH” será creado para satisfacer las necesidades del turista más exigente. Nuestra empresa no sólo brindará el servicio de hospedaje, sino también actividades de esparcimiento para incentivar al turista a recrearse en compañía de la naturaleza, inmerso en la diversidad ecológica de su entorno.

Contaremos con cómodas cabañas. También se podrá realizar caminatas dirigidas al manglar y rompeolas, observación de aves y de todas las maravillas que tiene la comuna Jambelí.

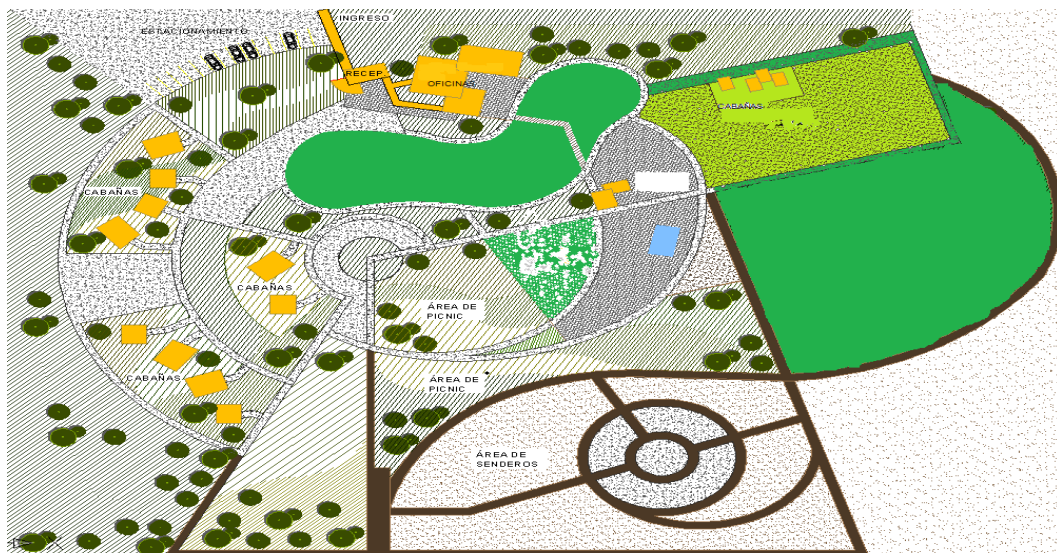
Adicionalmente en las noches se realizarán fogatas a orillas del manglar acompañadas por grupos que nos deleitarán con su música y bailes.

Nuestra misión, no es sólo de ofrecer un servicio de calidad sino formar una sola familia entre empleados, visitantes y amigos. Además de conservar la naturaleza para llegar a un equilibrio biológico entre el hombre y el medio ambiente.

4.2.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El proyecto estará distribuido desde el ingreso tendrá un portón de ingreso para la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH”. El terreno es de tres hectáreas (30.000 m²) promedio se desarrollaran 19 cabañas para hospedaje de nuestros huéspedes.

GRAFICO # 15 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA



Elaborado por: Arq. Roberto Escalante.

4.3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.

4.3.1. MISION

Posicionarnos como una de las mejores hospederías comunitarias y cabañas en la playa a nivel nacional, ofreciendo un servicio de calidad, y así caracterizarnos por ser una organización comprometida con la calidad, a la vanguardia tecnológica, con los más bajos costos.

4.3.2. VISIÓN

Difundir nuestra filosofía y liderazgo como la empresa líder en el mercado turístico, en todo el territorio nacional e internacional. Mediante un modelo de gestión orientado a la creación permanente de valores para nuestros clientes, accionistas, empleados y para los turistas.

4.3.3. VALORES.

Los valores con los que cuenta “DISOC CABIN IN THE BEACH” son: Liderazgo, respeto, fortaleza, eficiencia, compromiso y calidad.

- a) Liderazgo: practicamos el liderazgo basado en la confianza, reconocemos el valor de cada persona y lo que esta puede generar, estimulamos la participación de ideas y puntos de vista. Nuestros líderes estimulan un ambiente de trabajo en el cual la dignidad de la gente, la alegría en el trabajo y las emociones sean tomadas en cuenta.

- b) Respeto: Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa.
- c) Fortaleza: El equilibrio entre la prudente toma de decisiones y la osadía de la innovación son nuestra verdadera fortaleza.
- d) Eficiencia: Utilizar los recursos existentes en su totalidad para los fines que han sido destinados, para poder obtener niveles de productividad de la empresa según los objetivos trazados.
- e) Compromiso: Lograr que el equipo de trabajo cumpla eficaz y eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, para alcanzar los objetivos.
- f) Calidad: El crecimiento y éxito de nuestra organización, se fundamenta en la calidad, puntualidad y competitividad del servicio prestado.

4.3.4. RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Al ser una empresa de servicio turístico tiene una responsabilidad social estrechamente ligada al cuidado del medio ambiente, en lo que respecta al cuidado y limpieza de los desechos reciclables y no reciclables, para así contribuir con la reducción de la contaminación ambiental.

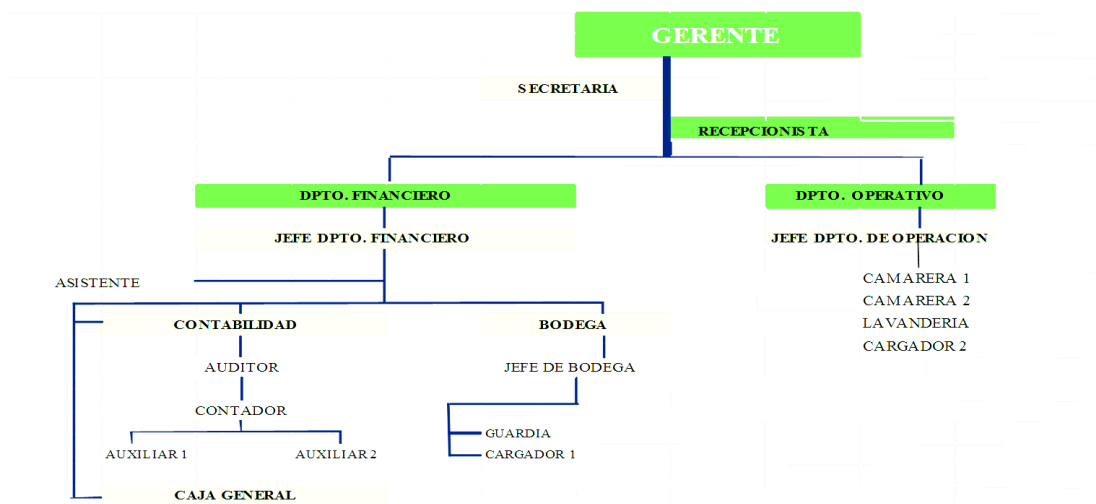
4.3.5. ORGANIGRAMA.

La estructura organizacional de “DISOC CABIN IN THE BEACH” estará conformada por los siguientes mandos altos, y estos a la vez contarán con personal que les colaborará en cada uno de éstas áreas.

- ✓ Gerente General.
- ✓ Departamento Financiero
- ✓ Departamento Operativo

4.3.5.1. PRESENTACIÓN DEL ORGANIGRAMA.

Gráfico N°- 16 ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL.



Elaborado por: Gabriela Rosales Malavé.

4.3.5.2. ORGANICO FUNCIONAL.

Las responsabilidades y funciones de cada uno de los miembros de la empresa, se detallan a continuación:

Gerente General.- El gerente general va ser nombrado por la junta de accionistas, y será uno de ellos, que estará encargado de supervisar todo el negocio, es decir, que adicionalmente al derecho de recibir utilidades como accionista, recibirá un sueldo mensual fijo correspondiente a su labor como administrador.

Secretaria.- Se encargará de llevar la información de la hospedería comunitaria, también recibirá todos los documentos que se manejen en el área administrativa.

Jefe del Departamento Financiero.- Esta persona será la encargada de supervisar y controlar todo proceso contable del proyecto, es decir, deberá vigilar que toda cuenta se lleve de manera adecuada, y para esto se apoyará en su personal como el contador. Adicionalmente estará encargado de las ventas y de la publicidad de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, para atraer más clientes utilizando todos los medios descritos en el capítulo de marketing con el fin de comunicar a nuestros clientes potenciales todas nuestras ventajas y atractivos turísticos, es decir, uno de sus objetivos será posicionar al resort en la mente de nuestros turistas potenciales, como su lugar de preferencia para recrearse en el medio ambiente natural que caracteriza a Jambelí.

Auditor.- Esta persona se encargará de la revisión de la contabilidad de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, esto se refiere a la elaboración de los registros contables, por lo que es la que permite obtener los datos, ajustados a principios contables, utilizados para evaluar la situación y obtener la información financiera relevante de una entidad.

Contador.- Se encargará de llevar toda la contabilidad de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, para poder suministrarle todo los reportes necesarios al gerente administrativo, y así poder llevar un control de las finanzas de la compañía, este contará con 2 auxiliares.

Cajero.- Es la persona encargada de cobrar y registrar todos los ingresos de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, así como también administrar la caja,

para la cancelación de todos los gastos que necesite realizar en “DISOC CABIN IN THE BEACH”.

Recepcionista.- Será la persona de recibir nuestros huéspedes e indicarles todos los detalles, para poder brindarles una estadía acorde a las exigencias de nuestros clientes potenciales.

Jefe de bodega.- Se encargará del control de todos los activos y materiales de la hospedería, también realizará mensualmente los inventarios para saber qué cantidad de materiales tenemos que adquirir para complementar el servicio de calidad que brindaremos.

Guardia de seguridad.- Será el encargado de resguardar las instalaciones de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, para asegurarles a los huéspedes una estadía tranquila.

Cargador.- Se encargara de llevar todos los activos y materiales al área de bodega.

Jefe del departamento operativo.- Sus funciones serán las de coordinar y vigilar que todo proceso con respecto al servicio que se brinda a nuestros huéspedes sean bajo los estándares de calidad y sanidad de nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la playa. Adicionalmente deberá administrar a su personal subordinado para que realicen el trabajo de manera óptima contarán con:

Camareras.- Serán las personas encargadas de servir a nuestros huéspedes en el servicio a la habitación.

Cargador.- Se encargará de llevar los equipajes de nuestros clientes a sus respectivas cabañas.

Lavandera.- Se encargará de cuidar de la limpieza de todos los materiales de aseo y sábanas de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa.

4.3.6. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

4.3.6.1. CARACTERÍSTICAS.

La hospedería comunitaria y cabañas en la playa una compañía de economía mixta.

Se conforma esta empresa con la figura de compañía de economía mixta, con las características establecidas por la Ley de Compañías.

i. Ley de compañías de economía mixta.

Art. 308.- El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

Ibídem. Art. 309.- La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

Ibídem. Art. 310.- Las entidades enumeradas en el Art. 308 podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado.

Ibídem. Art. 311.- Son aplicables a esta compañía las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fueren contrarias a las contenidas en esta sección.

Ibídem. Art. 312.- Los estatutos establecerán la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado, en proporción al capital aportado por uno y otro. Cuando la aportación del sector público exceda del cincuenta por ciento del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio.

Asimismo, en los estatutos, si el Estado o las entidades u organismos del sector público, que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados, respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.

Ibídem. Art. 313.- Las funciones del directorio y del gerente serán las determinadas por esta Ley para los directorios y gerentes de las compañías anónimas.

Ibídem. Art. 314.- Al formarse la compañía se expresará claramente la forma de distribución de utilidades entre el capital privado y el capital público.

Ibídem. Art. 315.- Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos, así como los correspondientes registros, se hallan exoneradas de toda clase de impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales.

También se exonera de toda clase de impuestos municipales y adicionales a los actos y contratos y sus correspondientes registros, que efectúen las compañías de economía mixta, en la parte que le correspondería pagar a éstas.

El Ministerio de Finanzas podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para propiciar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Nota: Incluida fe de erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Ibídem. Art. 316.- En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías, y el Estado accederá a la cesión de dicho aporte.

Transferido el aporte del Estado a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando como si se tratase de una compañía anónima, sin derecho a las exoneraciones y beneficios que esta Ley concede a las compañías de economía mixta. En la organización de los directorios cesará la participación del Estado.

El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión.

Ibídem. Art. 317.- Si la compañía de economía mixta se formare para la prestación de nuevos servicios públicos o de servicios ya establecidos, vencido el término de su duración, el Estado podrá tomar a su cargo todas las acciones en poder de los particulares, transformado la compañía de economía mixta en una entidad administrativa para el servicio de utilidad pública para el que fue constituida.

4.3.6.2. NÚMERO DE SOCIOS.

La Ley de compañías de economía mixta permite nos dice en su Art. 6 que podrán constituirse por cualquier número de socios.

4.3.6.3. RAZÓN SOCIAL.

La hospedería comunitaria y cabañas en la playa se constituirán como una compañía de economía mixta.

4.3.6.4. NOMBRE DE LA EMPRESA.

El nombre de la empresa será: “DISOC CABIN IN THE BEACH, se registrá por los principios de propiedad e inconfundibilidad.

4.3.6.5. REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC).

Nuestro representante legal entregará al Servicio de Rentas Internas (SRI), las correspondientes solicitudes para que nuestra empresa obtenga el Registro Único del Contribuyente (RUC), para así poder emitir facturas del servicio prestado a nuestros clientes.

4.3.6.6. CAPITAL MÍNIMO.

En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías, y el Estado accederá a la cesión de dicho aporte. Transferido el aporte del Estado a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando como si se tratase de una compañía anónima, sin derecho a las exoneraciones y beneficios que esta Ley concede a las compañías de economía mixta. En la organización de los directorios cesará la participación del Estado.

El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión.

4.3.6.7. PERMISOS.

Para la constitución de una compañía se necesitan de muchos aspectos de fundamental importancia: como la parte técnica o administrativa, los lineamientos legales que se establecen en la legislación ecuatoriana, y los permisos requeridos por las autoridades locales dentro de la provincia de Santa Elena.

Por lo tanto para poner en marcha la empresa necesitaremos tramitar los siguientes permisos:

a) **Permiso de funcionamiento de la Comisaria Municipal:** La Parroquia Atahualpa se encuentra bajo el régimen municipal del cantón Santa Elena, en cuanto la compra venta de terreno y además para emitir los respectivos permisos la empresa deberá de cumplir con los requisitos necesarios para su funcionamiento con normalidad:

- ✓ Copia de cédula de identidad, certificado de votación y RUC.
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos de su jurisdicción 2013.
- ✓ Certificado de salud público de su jurisdicción del 2013.
- ✓ Solicitud del departamento de *comisaria* municipal.
- ✓ Pagar derecho de uso de suelo municipal.
- ✓ Permiso del departamento de higiene.
- ✓ Certificado del departamento de medio ambiente.
- ✓ Realizar trámite en los departamentos de catastro y renta.

b) Permiso del departamento de Seguridad Ambiental: La actividad de reciclaje puede convertirse en un trabajo muy peligroso puesto que se trata en muchas ocasiones con hongos o bacterias por tal razón para descentralizar función el ministerio del ambiente delega dicha responsabilidad a los gobiernos autónomos descentralizados municipales dentro del departamento del seguridad ambiental; para que este organismo municipal otorgue el permiso respectivo se tiene que cumplir con los siguiente requerimientos:

- ✓ Original y copia del representante legal.
- ✓ Permiso del cuerpo de bomberos de su jurisdicción 2012.
- ✓ Certificado de salud público de su jurisdicción del 2012
- ✓ Solicitud del departamento de seguridad ambiental.
- ✓ Presentar ficha ambiental.
- ✓ Cancelar tasa para inspección del terreno a ocupar.
- ✓ Cancelar tasa para inspección a maquinarias.

c) Permiso del Cuerpo de Bomberos de Santa Elena: El cuerpo de bomberos se rige a las normas de seguridad donde se vaya a realizar el trabajo de la planta de reciclaje tomando en cuenta muchos factores como son los equipos de seguridad para cada área donde se va a trabajar, extintores necesarios, instalaciones eléctricas correctas, botiquín de primeros auxilios, vestuario adecuado del trabajador, maquinarias con la debida protección para los empleados.

Para conseguir este permiso el cuerpo de bomberos realiza una inspección de la planta, el mismo que debe tener al día el pago del permiso de funcionamiento en el municipio.

El requisito es la copia del permiso del funcionamiento, y la aprobación de la ficha de inspección y que fue realizada correctamente.

d) Permiso de Sanidad del Ministerio de Salud Pública: La Dirección Provincial de Salud otorga el permiso de funcionamiento con los siguientes documentos a continuación.

- ✓ Copia y cédula del representante legal, certificado de votación y RUC
- ✓ Copia del permiso del cuerpo de bomberos.
- ✓ Acta de creación de la planta.
- ✓ Nombramiento del representante legal.
- ✓ Nombramiento del responsable técnico.
- ✓ Copia del certificado de salud del representante legal y los empleados.
- ✓ Solicitud dirigida al director de la dirección provincial de salud.

4.3.7. ANÁLISIS FODA.

4.3.7.1. Presentación FODA.

i. Fortalezas.

- Costo de la mano de obra en el país es bajo
- Buena capacidad gerencial hacia el buen servicio
- Alta flexibilidad y variedad de oferta.

- Experiencia y buena perspicacia sobre el servicio.
- Clima favorable.
- Actitud positiva de los empresarios para conquistar mercados potenciales

ii. Oportunidades.

- Mercado Regional Andino
- Semejanzas culturales con los países de la región.
- Costos de servicio turístico.
- Existe en el sector del turismo la capacidad instalada desocupada.

iii. Debilidades.

- Dificultad en el abastecimiento de materias primas (insumos) y bienes de capital.
- Falta de programas de capacitación: Mandos medios, operadores.
- Poca voluntad para formar agrupaciones de negocios. Alta informalidad.
- Competencia desleal.
- Limitación en aplicación de técnicas de control de calidad.
- Provisión deficiente de servicio eléctrico.

iv. Amenazas.

- Restricciones en la adquisición de créditos de la banca.
- Sector estuvo calificado por la banca como “de alto riesgo”.
- Ausencia de líneas de crédito para estos sectores industriales y específicamente para la pequeña industria.
- Sector informal muy extendido (no facturación, no IVA)
- Inestabilidad política, económica y legal.

4.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO.

4.4.1. MACRO-ENTORNO.

Entre las fuerzas que afectan la estructura competitiva de nuestra empresa se encuentran:

- ✓ Las fuerzas económicas
- ✓ Las fuerzas tecnológicas
- ✓ Las fuerzas legales y políticas
- ✓ Las fuerzas sociales
- ✓ Las fuerzas demográficas

4.4.1.1. FUERZAS ECONÓMICAS.

Los tres factores más importantes en el macro-ambiente son la tasa de crecimiento de la economía, las tasas de interés y las tasas de inflación.

- a) **Tasa de crecimiento de la economía.-** La relación de la tasa de crecimiento de la economía con respecto a la demanda de nuestro servicio es positiva, es decir, si ésta incrementa, los clientes potenciales de nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la playa también, ya que este incremento conduce a una ampliación del gasto de los consumidores, y esto a la vez, tiende a producir un aflojamiento general de las presiones competitivas dentro de nuestra industria.

TABLA # 4
TASA DE CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA

País	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ecuador	4,1	2	6,5	0,4	3,6	6,5

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Gabriela Rosales Malavé.

La tasa de crecimiento de la economía del año 2006 es de 4,1% mientras, que en el año 2007 hubo una reducción al 2% en el año 2008 la tasa de crecimiento aumentó al 6,5% en el 2009 hubo una variación al 0,4% en el 2010 3, 6% y del 2011 la tasa de crecimiento es de 6,5%.

Con respecto a la participación de los hoteles, hospederías, bares y restaurantes en la actividad económica del país, ésta ocupa el tercer lugar en la producción nacional.

El número de establecimientos de hoteles, restaurantes y bares ha aumentado en los últimos años y por consecuencia el personal ocupado y la producción total.

Tasa de interés.- Las tasas de interés influyen en el costo de capital para nuestra empresa y, en consecuencia en nuestra capacidad de reunir fondos e invertir en activos nuevos, es decir, si ésta aumenta, el costo de incurrir en un préstamo bancario a largo plazo es más alto y esto disminuye nuestro flujo de efectivo y por lo tanto también nuestro período de recuperación de la inversión se extiende, por este motivo es importante negociar adecuadamente con la banca, una tasa que nos sea conveniente para nuestro tipo de proyecto.

En lo que respecta a la tasa interés activa referencial de los últimos años, esta ha reflejado una fijación de la tasa de interés manteniéndose de octubre del 2011 a julio del 2012 con un interés del 8.17%.

Tasa de inflación.- La inflación del precio puede desestabilizar la economía y provocar un crecimiento económico más lento, mayores tasas de interés, y movimientos volátiles en el circulante. Los precios al consumidor en el área urbana del país durante el mes de diciembre del año 2011 aumentaron en 5.41% a nivel mensual, valor superior al registrado en enero del 2012 (5.29%). Por su parte, la inflación del mes de junio del 2012 es de 5.00%.

La inflación acumulada de marzo del 2012 es de 2.26%, abril 2.42 mayo 2.22 junio de 2.40.

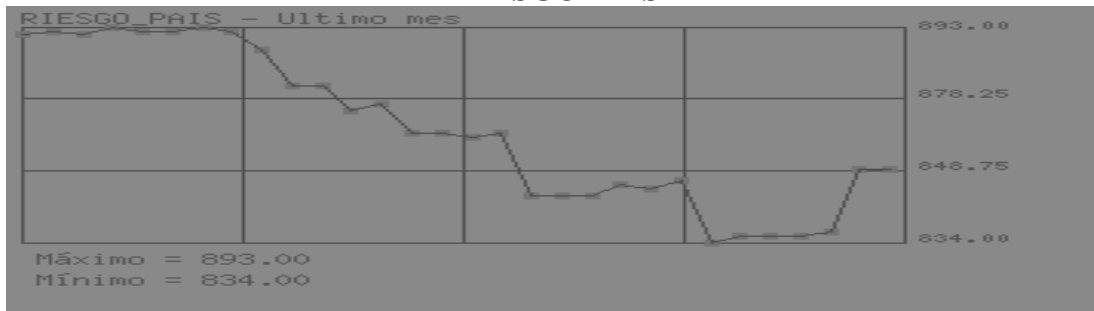
Gráfico N # 7
INFLACION ACUMULADA



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Gabriela Rosales Malavé.

Riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole desde la utilización de índices de mercados como índices EMBI de países emergentes que incorporan variables económicas y políticas financieras .

Gráfico N # 18
RIESGO PAIS



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Gabriela Rosales Malavé

El índice de riesgo país de junio del 2012 es de 892.00 y de julio del 2012 es de 854.00.

4.4.1.2 FUERZAS TECNOLÓGICAS.

La relación que existe entre las fuerzas tecnológicas y nuestro servicio se refiere al tipo de equipos con los que podemos contar en hospedería comunitaria y cabañas en la playa, ya que debemos considerar que para estar posicionados en la mente del consumidor, debemos proporcionarles a nuestros huéspedes todas las comodidades posibles, por lo que nuestros equipos deben ser lo más eficientes y modernos, cómo por ejemplo en el caso de los equipos para las cabañas.

4.4.1.3. FUERZAS POLÍTICAS Y LEGALES.

Las leyes ecuatorianas tienen un gran aporte hacia el fomento del turismo.

El plan de competitividad turístico puesto en marcha por la vigente Constitución Política de la República del Ecuador, tiene como objetivo promover el desarrollo turístico del país, a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía.

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro-ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. Estos derechos y obligaciones de los prestadores y los usuarios del sector turístico expedidos en la Ley de Turismo son los que regirán para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, con objetivo de fomentar la actividad turística tanto interna como externa y con la misión de ofrecer un producto turístico competitivo, garantizando el uso racional de los recursos naturales, y la protección del turista.

4.4.1.4. FUERZAS SOCIALES.

Las fuerzas sociales se refieren a la manera en que las costumbres de las personas afectan a nuestra industria, por ejemplo, en la actualidad existe una creciente tendencia de conciencia de la salud, y esto es un aspecto que nos beneficia como hospedería comunitaria y cabañas en la playa , ya que la mayoría de los estudios científicos le atribuyen al “stress” muchas enfermedades, por lo que la gente tiene la

costumbre de relajarse y olvidarse de la vida cotidiana en lugares fuera de la ciudad y donde puedan realizar actividades de esparcimiento, por lo que nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la playa se convierte en una de las mejores opciones al momento de escapar del “stress”.

4.4.1.5. FUERZAS DEMOGRÁFICAS.

La comuna Jambelí cuenta con una población concentrada de 2515 habitantes, y 1000 a la dispersa, el 29% de la población es menor de 18 años, actualmente la población económicamente activa se divide entre 1525 hombres y 975 mujeres. La mayoría de ellos se dedican a la pesca, agricultura, por lo que con nuestro proyecto estaríamos creando plazas de empleo para todos sus habitantes, ya sean hombres o mujeres, dado que las mujeres han ingresado a la fuerza de trabajo en número creciente.

4.4.2. MICRO-ENTORNO.

El análisis interno nos proporciona la información necesaria para escoger las estrategias y el modelo de negocios que nos permitirá lograr una ventaja competitiva sostenida. Con objetivo de crear una ventaja competitiva en relación a las otras empresas dentro de nuestra industria, se decidió formular una distinción fundamental basada en la diferenciación.

La diferenciación de nuestro servicio se refiere a la manera de combinar nuestros recursos y capacidades para poder brindar un servicio de calidad a nuestros clientes potenciales y lograr una ventaja competitiva con relación a nuestros competidores, y por lo tanto un rendimiento superior.

4.4.2.1. LA EMPRESA.

El departamento de marketing tendrá el apoyo de toda la alta gerencia.

TABLA # 4

GASTOS DE PÚBLICIDAD		
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
Boletines	4,00	20,00
Pancartas	8,00	40,00
Radio	30,00	150,00
Movilización-Viáticos.	20,00	100,00
Revistas	30,00	150,00
Guías de Viajeros	30,00	150,00
Página Web	40,00	200,00
TOTAL	162,00	810,00

Elaborado por: Gabriela Rosales.

Cón lo que respecta al logro de sus objetivos de liderar el mercado, por lo que se ha decidido destinar un presupuesto de \$ 810,00 (Presupuesto anual de comunicación), para cumplir dichos objetivos.

4.4.2.2 CLIENTES INTERNOS.

“DISOC CABIN IN THE BEACH” está dirigida al mercado nacional e internacional, conformado por clientes potenciales que buscan otras alternativas de recreación y tener contacto con la naturaleza, familias guayaquileñas y de la sierra (Riobamba y pueblos cercanos), otro grupo de clientes potenciales son los turistas extranjeros, que buscan en el Ecuador alternativas de distracción, aventura y naturaleza.

4.4.2.3. CLIENTES EXTERNOS.

Con lo que respecta a los proveedores, a continuación se detalla una lista de los que hemos elegido, para poder brindar un servicio de calidad a nuestros huéspedes.

La luz se obtendrá de la corriente pública urbana y en caso de faltar esta, la hospedaría comunitaria y cabañas en la playa contará con un generador de luz.

Suministros para las cabañas como: sábanas, almohadas, colchones, toallas, etc., serán proporcionados por almacenes “Sukasa de Guayaquil”.

Reparaciones de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa serán efectuadas por el personal técnico contratado para casos eventuales.

Materiales indirectos como son: detergente, limpia pisos, jabón, etc.

El personal de servicio será contratado de la provincia de Santa Elena, los cuales serán previamente entrenados para su profesional desempeño, por el gerente administrativo y de Marketing, en las instalaciones de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, un mes antes de la apertura.

El gerente administrativo y de Marketing, serán contratados de la ciudad en la provincia de Santa Elena.

Las actividades de ecoturismo serán provistas por los habitantes de la comuna Jambelí, los cuales se encargarán de llevar a los turistas a las caminatas y excursiones por sus alrededores.

4.4.2.4. INTERMEDIARIOS COMERCIALES.

Entre los intermediarios comerciales podemos mencionar los siguientes, que son los que nos ayudarán a promocionar nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la playa: Agencias de viajes, son las encargadas de promover el resort al turista. Aunque su trabajo es sólo de informar y no de persuadir. Se le entregarán a las agencias.

4.5. SERVICIO

4.5.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

“DISOC CABIN IN THE BEACH” también ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, contacto con la naturaleza y convivencia familiar junto a una cultura diferente.

Contaremos con tres tipos de cabañas, las simples, dobles y familiares.

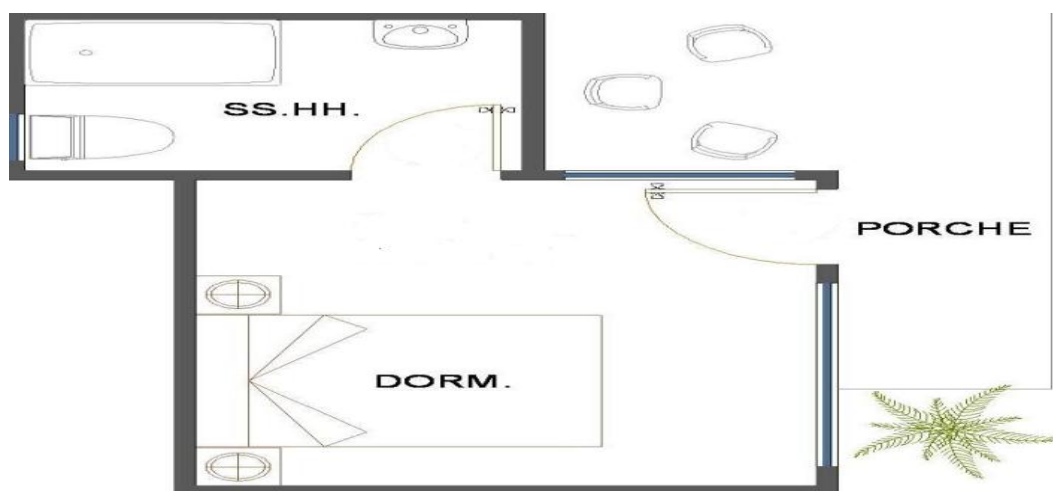
En cuanto a las instalaciones físicas de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa ofreceremos 14 cabañas al inicio del proyecto, están distribuidas de la siguiente manera: 6 cabañas simples, 4 cabañas dobles y 4 cabañas familiares, que se irán incrementando en el futuro dependiendo de la demanda potencial.

4.5.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.

4.5.2.1. CABAÑA MATRIMONIAL

Ofrece : Inodoro “FV NAPOLI” blanco con pedestal, ducha eléctrica metálica “RELAXE” (automática) , espejo para baño, mesa plástica (toallas, papel higiénico, shampoo, jabón) , televisor “LCD LG de 26 pulgadas”, Sony Bdp-s580 “BLURAY 3D, DVD, Mp3”, Ingreso USB + Cable HDMI, dispensador de agua, extintor, cama “CYPRESS” de 2 plazas , 1 colchón ortopédico de 2 plazas (sábanas y sobrecama, velador con estilo y calidad, armario y guardarropa, lámpara artesanal “INLIGTH”, mesa de centro de madera, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha, sofás rústicos y , servicio de camarera dos veces al día.

GRAFICO # 19 CABAÑA MATRIMONIAL

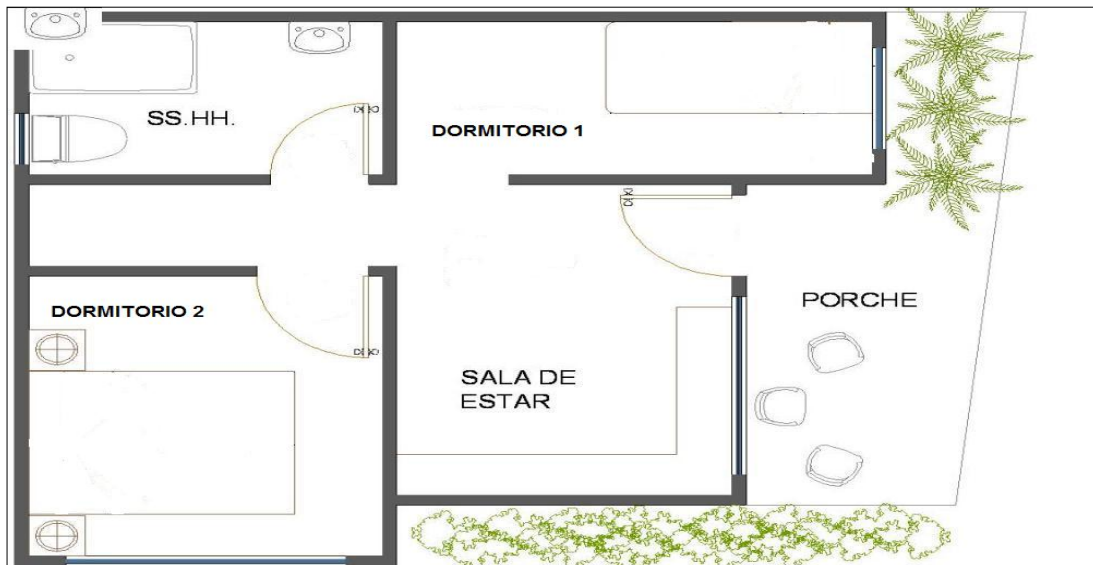


Elaborado por: Arq. Roberto Escalante.

4.5.2.2. CABAÑA DOBLE

Ofrece : Inodoro “FV NAPOLI” blanco con pedestal, ducha eléctrica metálica “RELAXE” (automática) , espejo para baño, mesa plástica (toallas, papel higiénico, shampoo, jabón) , televisor “LCD LG de 26 pulgadas”, Sony Bdp-s580 “BLURAY 3D, DVD, Mp3”, Ingreso USB + Cable HDMI, dispensador de agua, extintor, 2 camas línea “CYPRESS” de plaza 1 ½ , 2 colchones ortopédicos de plaza 1 ½ (sábanas y sobrecama, velador con estilo y calidad, armario y guardarropa, lámpara artesanal “INLIGTH”, mesa de centro de madera, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha, sofás rústicos y , servicio de camarera dos veces al día.

GRAFICO # 20 CABAÑA DOBLE



Elaborado por: Arq. Roberto Escalante.

4.5.2.3. CABAÑA FAMILIAR

Ofrece : dosinodoros “FV NAPOLI” blanco con pedestal, ducha eléctrica metálica “RELAXE” (automática) , espejo para baño, mesa plástica (toallas, papel higiénico, shampoo, jabón) , televisor “LCD LG de 26 pulgadas”, Sony Bdp-s580 “BLURAY 3D, DVD, Mp3”, Ingreso USB + Cable HDMI, dispensador de agua, extintor, 4 camas “CYPRESS” de plaza 1 ½ , 4 colchones ortopédicos de plaza 1 ½ (sábanas y sobrecama, velador con estilo y calidad, armario y guardarropa, lámpara artesanal “INLIGTH”, mesa de centro de madera, ventilador 18 gira 360 grados, cuadro decorativo, consola rústica de concha,sofás rústicos y , servicio de camarera dos veces al día.

GRAFICO # 21 CABAÑA FAMILIAR



Elaborado por: Arq. Roberto Escalante.

4.5.2.4. PLAZA - CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Para distribuir nuestro servicio, se contará principalmente con las agencias de viajes nacionales, para darnos a conocer como lugar turístico, esta será una de nuestras principales herramientas para llegar a nuestros consumidores.

También se consideró la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas a nivel nacional, como ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos.

Adicionalmente se publicará una página de internet de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, en la cual se describa los servicios que ofrecemos como resort, y se brindará las facilidades necesarias para poder realizar las reservaciones por esta vía, cotizando precios de los paquetes turísticos y las actividades y servicios que incluye cada uno.

4.5.2.5. PROMOCIÓN- COMUNICACIÓN.

Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas. Es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer a “DISOC CABIN IN THE BEACH” a sus clientes potenciales.

4.5.2.6. PUBLICIDAD.

“DISOC CABIN IN THE BEACH” en su fase inicial, arrancará su promoción por medio de las agencias de viajes nacionales.

El material publicitario que se presente a continuación es sólo de apoyo para una mayor difusión de nuestros servicios y para la captación de nuestros clientes.

Se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: Ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad

de actividades recreativas y de eco-turismo, contacto con la naturaleza que caracteriza a la “Ruta del Spondylus”. (ver tabla 3).

La campaña se otorgará a una agencia publicitaria, que se encargará de crear una manera más eficiente de comunicar los servicios de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa. Entre las herramientas que se usarán están los medios impresos como:

i. Revistas especializadas de negocios y periódicos nacionales: Se harán publicaciones en las revistas nacionales como “PACIFICARD”, “América economía”, y en revistas especializadas en turismo y en deportes de aventura, adicionalmente se aprovechará los artículos en los periódicos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en el Ecuador para presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía de la naturaleza.

El costo aproximado de estas publicaciones que se realizarán cinco veces al año será aproximadamente de US\$ 150,00 anuales.

GRAFICO # 22 TARJETAS DE PRESENTACION



Elaborado por: Gabriela Rosales.

ii. Guías del Viajero: “DISOC CABIN IN THE BEACH” estará presente en las principales guías del viajero que se publican en el país como el “ABC del viajero”, etc., el costo aproximado de suscripción es de US\$ 5,00 y las publicaciones

especiales de ¼ de página con gráfico tienen un valor de US \$ 150,00 que se harán en los meses de enero, junio, octubre, noviembre y diciembre de todos los años en operación. Costo aproximado US \$ 150,00.

iii. Páginas web: Se entregarán de subir a las redes sociales catálogos para que las agencias de viaje y personas de cada ciudad que se consideran objetivos de mercado como: Quito, Riobamba, Cuenca y Guayaquil, tengan la oportunidad de conocer y reproducir la dirección web del sitio. Costo aproximado US\$ 200,00 anuales.



Elaborado por: Gabriela Rosales.

4.5.2.7. COMERCIALIZACIÓN (MERCHANDISING).

Esta herramienta de la mezcla promocional, se encargará de todo el material útil y necesario para la venta de nuestros servicios en los puntos de venta, este incluirá:

- ✓ Boletines.
- ✓ Pancartas.

Todo este material será desarrollado por el departamento de publicidad, como apoyo de venta. Serán ubicados en las agencias de viajes, aeropuertos, ferias, exhibiciones y recepción del hotel, esto tiene un costo de los boletines de \$ 20,00 y por las pancartas de \$ 40,00 anuales.

4.5.2.8. RELACIONES PÚBLICAS.

El crear una aceptación por parte de la comunidad, es primordial. Objetivo que se buscará conseguir con el uso de las relaciones públicas.

Es importante contar con publicidad en las diferentes radios de la provincia para establecer vínculos no sólo con los clientes, sino también con miembros de la comunidad, ya que juegan un papel importante en el proceso de adquirir y mantener de calidad sólida. Por esto la administración del resort debe tener este tipo de publicidad que tiene un costo de \$ 150,00 anual.

4.5.2.9. VENTA PERSONAL.

Se contará con una fuerza de ventas para incrementar la distribución de los servicios de **“DISOC CABIN IN THE BEACH”**, además ayudarán a captar nuevos clientes por medio de la venta personal.

La labor se verá limitada básicamente al mercado nacional, puesto que el mercado internacional será cubierto principalmente por las agencias de viajes. Costo aproximado US \$ 100,00 anuales esto se realizara un mes antes del inicio de la actividad turística.

4.5.2.10 SITUACIÓN COMPETITIVA.

GRFICO # 24 ANÁLISIS DE PORTER .



Proveedores.- Se tendrá un cierto poder de negociación con respecto a la mayoría de estos, pues en este mercado van a existir una cantidad de oferentes, por lo que puede resultar fácil obtener mejores precios.

Los clientes.- Son básicamente nuestro grupo objetivo. Tendrán cierto poder de negociación o podrán ejercer alguna presión sobre los precios del servicio, ya que tienen la ventaja de poder comparar precios y tarifas en otros hoteles locales.

Competencia actual.- Entre nuestros competidores se encuentran dos hoteles que están ubicados en la "Ruta del Spondylus", pero no representan una competencia agresiva, ya que no se dirigen al mismo mercado meta que nosotros, ya que más que

un hospedaje nosotros brindamos actividades recreativas y todas las comodidades de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa, por lo que no van a ejercer ningún tipo de presión con respecto al precio o a la calidad del servicio.

Competidores potenciales.- Son aquellos hoteles de igual magnitud y que ofrecen el mismo tipo de servicios que se encuentran en la “Ruta del Spondylus”, que pueden representar una amenaza para nuestros clientes potenciales que provienen de la sierra, ya que por motivos de distancia, y similitud de servicios van a preferir estas hospederías.

Productos sustitutos.- Se tiene a los otros tipos de hospedaje, es decir como los hoteles con los que cuenta actualmente en la provincia de Santa Elena, que no poseen muchas actividades recreativas, pero brindan el servicio de hospedaje y alimentación, ya que algunas actividades de eco-turismo se las puede realizar independientemente, sin que estén incluidas en los servicios del hotel.

4.5.3. ETAPAS DEL PROCESO DE SERVICIO.

PROCESO 1

RECIBIR AL CLIENTE

Se lo denomina así ya que en esta etapa se recibe al cliente, se les da la bienvenida a todos los huéspedes que visitan la hospedería.

PROCESO 2

DESCARGAR EL EQUIPAJE

Este proceso lo realiza una persona la cual se encarga de tomar el equipaje de los clientes para llevarlos a la recepción de la hospedería comunitaria “DISOC CABIN IN THE BEACH”.

PROCESO 3**MOSTRAR LOS TIPOS DE CABAÑA.**

Se muestra a los huéspedes tipos de cabañas que tenemos, se explica con que cuenta cada tipo de cabaña.

PROCESO 4**DESIGNAR LA CABAÑA.**

Se designa al cliente el tipo de cabaña que escogió.

PROCESO 5**LLEVAR AL HUESPED Y EL EQUIPAJE A LA CABAÑA.**

Luego del proceso anterior se le lleva el equipaje a la cabaña escogida.

PROCESO 6**VERIFICAR QUE LA HABITACIÓN ASIGNADA CONTEMPLE LOS REQUERIMIENTOS DEL HUÉSPED.**

Mostrar a los huéspedes las instalaciones de la hospedería para ver si cumplen sus expectativas.

PROCESO 7**ENTREGA DE LLAVES.**

Se procede hacer la entrega respectiva de las llaves para que los huéspedes puedan mantener seguro su equipaje.

PROCESO 8**CANCELAR EL VALOR DEL SERVICIO.**

El cliente procede a cancelare los valores del servicio recibido.

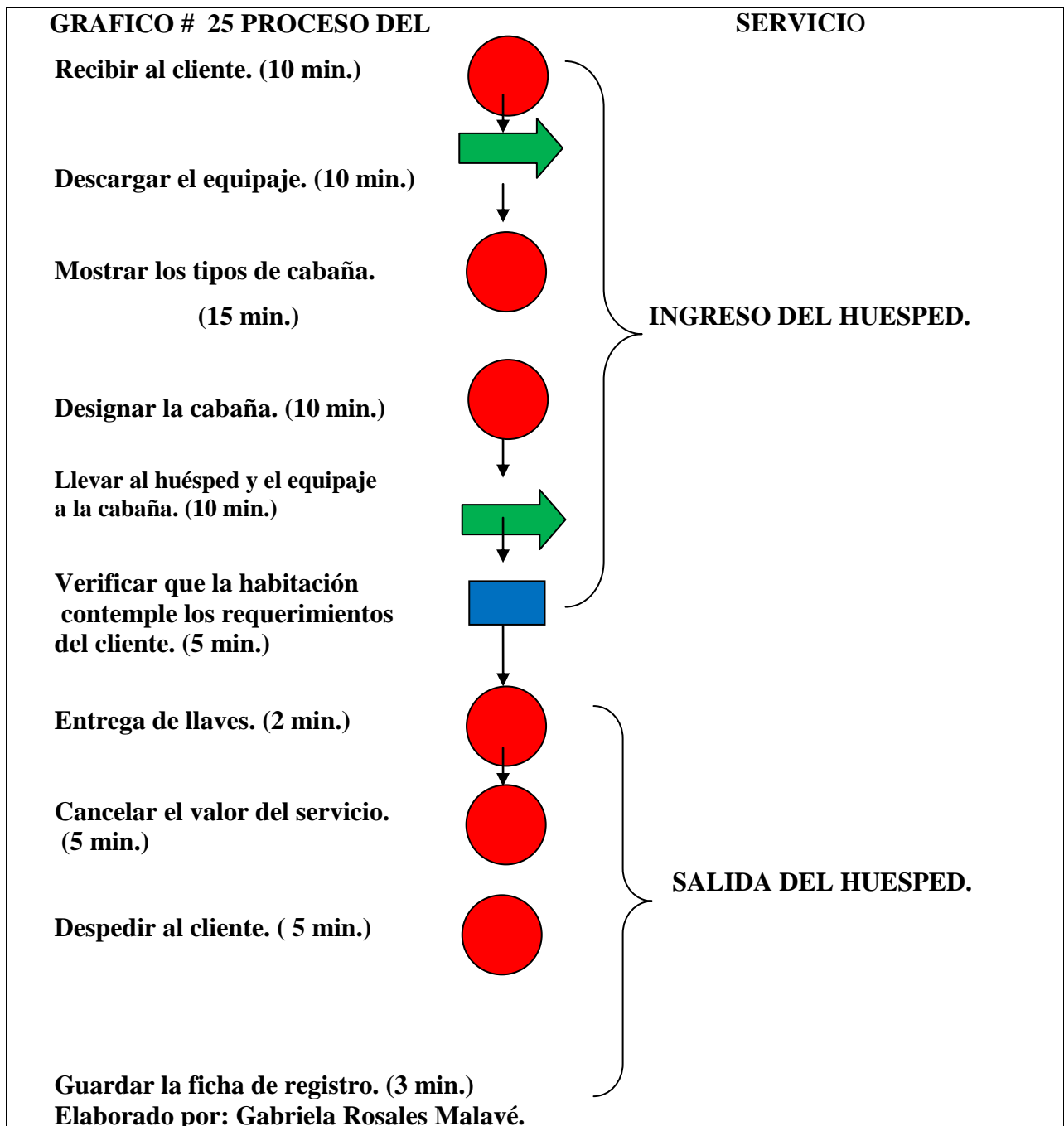
PROCESO 9**DESPEDIR HUÉSPED.**

En este proceso se despide y se agradece la elección de los clientes.

PROCESO 10**GUARDAR LA FICHA DE REGISTRO.**

Se guarda la información de nuestros huéspedes para una próxima visita son considerados como clientes fijo de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH”.

4.5.3.1 DIAGRAMA DEL PROCESO DE SERVICIO.



4.6 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO.

4.6.1. SITUACIÓN INICIAL.

4.6.1.1 BALANCE INICIAL.

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

La empresa "DISOC CABIN IN THE BEACH" tiene como activos corrientes el total de \$20.980,00 lo que corresponde al dinero necesario para comprar los materiales necesarios para iniciar la actividad. Se realiza un préstamo a la corporación financiera nacional de \$ 47.423,00.

TABLA #5

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"			
BALANCE INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO NO CORRIENTE	
CAJA	20.980	PRESTAMO BANCARIO	47.423
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	20.980	TOTAL PASIVO CORRIENTE	47.423
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
EQUIPO DE COMPUTACION	1.150	CAPITAL	47.423
EQUIPO DE OFICINA	460	TOTAL PATRIMONIO	47.423
EQUIPOS	12.700		
MUEBLES Y ENSERES	19.555		
TERRENOS			
INFRAESTRUCTURA	40.000		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	73.865		
TOTAL ACTIVOS	94.845	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	94.845

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

Dentro de este balance de situación inicial también se reflejan los activos fijos totales de

\$73.865,00; un patrimonio es de \$47.423,00 y el préstamo bancario a la CIF de \$ 47.423,00 lo cual corresponde al total de pasivos. Siendo el total de activos de \$94.845,00.

4.6.2. PRESUPUESTOS.

4.6.2.1. PRESUPUESTOS DE INGRESOS POR VENTAS.

El computo anticipado de los ingresos es el primer paso en implantación de todo programa presupuestal ya que este renglón es el que proporciona los medios para poder llevar a cabo las operaciones.

El presupuesto de ingresos está formado por: El presupuesto de ventas y el presupuesto de ingresos.

La empresa “DISOC CABIN IN THE BEACH”, tendrá como ingresos en el primer año de \$188.333,92, considerando ventas anuales del servicio de hospedaje en habitaciones matrimoniales de \$63.775,35, habitaciones dobles (2 personas) de \$61.118,00 y un total en habitaciones familiares (4 personas) de \$63.440,53. Estas ventas van aumentando en una tasa de crecimiento anual del 10%, pues se considera que la provincia es un lugar netamente turístico que cada año reciba a miles de turistas.

Debido a aquello se estima en el año 2017 se obtendrán unos ingresos totales por los tres tipos de habitaciones de \$ 322.576,44.

TABLA # 6

PRESUPUESTOS DE INGRESOS				
AÑO	HAB. MATRIMONIALES	HAB. DOBLES	HAB. FAMILIARES	TOTAL
2013	63.775,35	61.118	63.440,53	188.333,92
2014	72.959,00	69.919	72.575,97	215.454,01
2015	83.465,10	79.987	83.026,90	246.479,38
2016	95.484,07	91.506	94.982,78	281.972,42
2017	109.233,78	104.682	108.660,30	322.576,44

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.6.2.2. PRESUPUESTOS DE COSTOS TOTALES.

Para la determinación de presupuestos de costos del servicio de hospedaje o alojamiento se tomó en consideración los servicios para cada habitación, entre estos: servicios de limpieza, servicios de lavandería, servicios de camarera, así como también la respectiva depreciación de los activos fijos de la habitación y por ende los materiales de aseo para los turistas, completando de esta manera el sistema de costeo para su posterior determinación de precios.

Todos los costos antes mencionados aportan directamente a la fijación de precio, el cual se determinó mediante el método de contribución marginal para cada categoría de habitación matrimonial, doble y familiar, de 2 y de 4 personas, partiendo de un precio por persona de \$8,95, donde la contribución fue del 180% en relación al costo. Es necesario recalcar que se consideró esta tasa significativa debido a los altos gastos administrativos y de ventas que se tiene que incurrir.

Dentro de estos costos y gastos se encuentran los sueldos y salarios fijos en el tiempo tanto aquellos sueldos que se encuentran directamente relacionados con el servicio de hospedaje, y aquellos que forman parte de la administración y del departamento de ventas del negocio.

El total de costo unitario es de \$3,30, donde \$2,05 corresponden a los costos fijos, donde se incluyen los sueldos y salarios, servicios básicos y la respectiva depreciación y \$1.25 son costos variables o aquellos materiales de aseo que se brindara a los turistas en cada una de las habitaciones.

Los costos totales presupuestados para el primer año son de \$45.536,93; dichos costos aumentaran cada año tomando como indicador a la tasa inflacionaria, por lo cual estos costos en el último año serán de \$ 59.822,72.

TABLA # 7

PRESUPUESTOS DE COSTOS				
PERIODO	CANTIDAD	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	TOTAL
2013	12.240	20.501	25.035,87	45.536,93
2014	13.464	22.528	26037,3013	48.565,31
2015	14.810	24.847	27078,7934	51.925,63
2016	16.291	27.500	28161,9451	55.661,51
2017	17.921	30.534	29288,4229	59.822,72

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.6.2.3. PRESUPUESTO DE GASTOS.

Estas actividades se pueden llevar a cabo en grande o pequeña escala, de acuerdo con lo que la empresa quiera financiar. En cada caso la administración establece la cantidad máxima que está dispuesta a erogar para esas funciones. La cantidad

máxima que se asigna a cada departamento de servicio se da a conocer con frecuencia mediante un programa llamado presupuesto de gastos.

Los gastos anuales correspondientes al primer año son de \$ 63.475,00; donde \$14.130,00 son administrativos, \$ 44.129,00 perteneciente a gastos de ventas, y la diferencia de \$ 5.216,00 son gastos financieros o interés anual.

A continuación se muestra el total de gastos para cada periodo y su respectiva clasificación:

TABLA # 8

PRESUPUESTO DE GASTOS TOTALES				
PERIODO	ADMINISTRATIVO	VENTAS	FINANCIEROS	TOTALES
2013	14.130	44.129	5.216	63.475
2014	14.695	45.894	4.695	65.284
2015	15.283	47.730	4.173	67.185
2016	15.894	49.639	3.652	69.184
2017	16.530	51.624	3.130	71.284

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.6.2.4. PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS.

La hospedería “DISOC CABIN IN THE BEACH” tendrá que incurrir en gastos de sueldos y salarios administrativos, de ventas y aquellos que corresponden a la mano de obra directa del servicio.

Para el primer año de actividad se deberá cancelar un total de sueldos administrativos de \$12.845,00, donde se encuentra inmerso el sueldo de la parte gerencial, de los jefes administrativos, asistentes, entre otros.

El total de sueldos y salarios de ventas en el primer período es de 41.803,00; donde se incluye las remuneraciones del jefe de ventas, de finanzas, de bodega, contadores, auditores, cargadores, entre otros.

Dentro de los sueldos y salarios operativos se encuentran las remuneraciones de 3 operarios, los cuales están considerados como mano de obra directa del servicio de hospedería.

Estos sueldos aumentan cada año de acuerdo a la tasa inflacionaria nacional, por tal motivo en el último año se deberá incurrir en remuneraciones totales de \$ 76.156,00; incluyendo los sueldos administrativos, de ventas y operativos o de producción.

A continuación se muestra el detalle de los totales de sueldos y salarios de las tres áreas de la hospedería:

TABLA # 9

PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS				
PERIODO	ADMINISTRATIVO	VENTAS	PRODUCCION	TOTAL
2013	12.845	41.803	10.451	65.099
2014	13.358	43.475	10.869	67.702
2015	13.893	45.214	11.304	70.411
2016	14.448	47.023	11.756	73.227
2017	15.026	48.904	12.226	76.156

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.7. ESTADOS FINANCIEROS.

4.7.1. ESTADO DE RESULTADO.

La deducción de todas las ventas durante el año, los costos, los gastos administrativos, de ventas y financieros se ven reflejados en el estado de resultados que muestran datos correspondientes a cada periodo o año.

En el primer año, la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH” tiene unas ventas netas totales en la prestación de servicios en las diferentes habitaciones de \$188.333,92; donde las utilidades brutas es de \$ 142.796,99y el margen de utilidad neta corresponde a \$ 50.854,10, recalando que para la obtención de este resultado, se considera todos los gastos administrativos, de ventas, administrativos y financieros, de igual manera la deducción del impuesto a la renta generado y la aportación del 15% correspondientes a la participación de trabajadores. Se estima que en el último año se obtendrán unas ventas brutas de \$ 322.576,44 y una utilidad neta de \$129.763,93.

A continuación se muestra el detalle de los estados de resultados anuales, con sus respectivas utilidades netas.

TABLA#10

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"
ESTADOS DE RESULTADOS ANUALES

	2013	2014	2015	2016	2017
VENTAS	188.333,92	215.454,01	246.479,38	281.972,42	322.576,44
Habitaciones matrimoniales	63.775,35	72.959,00	83.465,10	95.484,07	109.233,78
Habitaciones de 2 personas	61.118,04	69.919,04	79.987,38	91.505,57	104.682,37
Habitaciones de 4 personas	63.440,53	72.575,97	83.026,90	94.982,78	108.660,30
COSTOS VARIABLES	20.501,07	22.528,01	24.846,83	27.499,57	30.534,30
COSTOS FIJOS	25.035,87	25.035,87	25.035,87	25.035,87	25.035,87
UTILIDAD BRUTA	142.796,99	167.890,13	196.596,68	229.436,98	267.006,28
GASTOS OPERATIVOS					
GASTOS ADM	14.129,65	14.694,84	15.282,63	15.893,94	16.529,70
GASTOS VTAS	44.128,69	45.893,83	47.729,59	49.638,77	51.624,32
GASTOS DE CONSTITUCION	1.623,00				
UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS	82.915,65	107.301,46	133.584,46	163.904,27	198.852,26
GASTOS FINANCIEROS	5.216,49	4.694,84	4.173,19	3.652	3.129,90
UTILIDAD ANTES DE PARTIC TRABJ	77.699,16	102.606,61	129.411,27	160.252,73	195.722,37
UTILIDAD TRABAJADORES	11.654,87	15.390,99	19.411,69	24.037,91	29.358,35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	66.044,28	87.215,62	109.999,58	136.214,82	166.364,01
IMPUESTO POR PAGAR	15.190,19	19.187,44	24.199,91	29.967,26	36.600,08
UTILIDAD NETA	50.854,10	68.028,18	85.799,67	106.247,56	129.763,93

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.7.2. BALANCE GENERAL.

En los balances proyectados de la empresa se puede mostrar la distribución de los recursos financieros, por ejemplo el aumento de inversión en activos fijos, así como también de que manera crece el flujo de caja, también aquellas cuentas deudoras, principalmente la deuda a largo plazo que pertenece al préstamo bancario realizado, el mismo que se encuentra amortizado en 5 años, es decir, que se pagará los años respectivos a la vida de la empresa. De igual manera se muestran resultados del patrimonio, el cual mide el aumento de capital.

Para hacer énfasis en los indicadores financieros, estos balances tienen como objetivo medir principalmente el nivel de endeudamiento que tiene la empresa, liquidez, rendimiento sobre los activos, margen de utilidad bruta y margen de utilidad neta para la idónea toma de decisiones.

Los resultados obtenidos en el primer año de prestación de servicios de la hospedería corresponden a el total de activos es de \$ 170.148,20. El patrimonio corresponde a \$98.276,75. En el segundo año aumenta considerablemente a \$ 240.163,40, debido al aumento de efectivo en ese año. El total de patrimonio aumentó a \$ 166.304,94. Cabe recalcar que con estos resultados se puede hacer frente a nuevas inversiones ya que la empresa muestra unos excelentes ingresos.

En el último año se obtiene un patrimonio de \$ 488.116,09 lo cual significa que existe un saldo favorable para los accionistas. A continuación se muestra el balance para los 5 años de operación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH”:

TABLA # 11

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"									
BALANCES GENERALES ANUALES									
	2013	2014	2015	2016	2017				
ACTIVOS CORRIENTES									
EFFECTIVO	103.247,14	180.226,27	276.324,01	395.407,87	503.472,13				
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	103.247,14	180.226,27	276.324,01	395.407,87	503.472,13				
ACTIVOS FIJOS									
EQUIPOS DE COMPUTO	1.150,00	1.150,00	2.300,00	2.300,00	2.300,00				
EQUIPO DE OFICINA	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00				
EQUIPOS	12.700,00	12.700,00	12.700,00	12.700,00	19.050,00				
MUEBLES DE OFICINA	19.555,00	19.555,00	19.555,00	19.555,00	29.332,50				
TERRENOS	-	-	-	-	-				
INFRAESTRUCTURA	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	60.000,00				
DEPRECIACION	6.963,93	13.927,87	20.891,80	27.855,73	34.819,67				
TOTAL ACTIVOS FIJOS	66.901,07	59.937,13	54.123,20	47.159,27	76.322,83				
TOTAL DE ACTIVOS	170.148,20	240.163,40	330.447,21	442.567,14	579.794,96				
PASIVOS									
PASIVOS CORRIENTES									
CUENTA POR PAGAR	2.346,00	1.341,91	1.535,15	1.756,21	2.009,10				
IMPUESTOS POR PAGAR	15.190,19	19.187,44	24.199,91	29.967,26	36.600,08				
15% PARTICIPACION TRABAJAD.	11.654,87	15.390,99	19.411,69	24.037,91	29.358,35				
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	29.191,06	35.920,34	45.146,74	55.761,38	67.967,54				
PASIVOS NO CORRIENTES									
PRESTAMO BANCARIO	42.680,39	37.938,12	33.195,86	28.453,59	23.711,33				
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	42.680,39	37.938,12	33.195,86	28.453,59	23.711,33				
TOTAL PASIVOS	71.871,45	73.858,46	78.342,60	84.214,97	91.678,87				
PATRIMONIO									
CAPITAL	47.422,66	47.422,66	47.422,66	47.422,66	47.422,66				
UTILIDADES DEL EJERCICIO	50.854,10	118.882,28	204.681,95	310.929,51	440.693,44				
TOTAL PATRIMONIO	98.276,75	166.304,94	252.104,61	358.352,17	488.116,09				
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	170.148,20	240.163,40	330.447,21	442.567,14	579.794,96				

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.7.3. FLUJO DE EFECTIVO.

El detalle de todos los ingresos recibidos durante un determinado período y los respectivos costos y gastos para la prestación de servicios se ven reflejados en el flujo de efectivo, el mismo que es un estado financiero que nos permite diferenciar entre las entradas y salidas de cada año, y por lo tanto muestra el detalle de cada uno de ellos, siendo esta una información fidedigna para la toma de decisiones económicas-financieras por parte de los directivos de la hospedería.

El servicio de hospedaje alojamiento tiene como saldo final de efectivo en el primer año de \$103.247,14; considerando como saldo inicial \$20.980,31 ;que corresponde al capital de trabajo, en ese año se tienen ingresos totales por ventas de \$ 188.333,92 y egresos o salidas de efectivo de \$ 106.067,10. En el segundo año se obtiene un saldo final de efectivo de \$180.226,27, siendo este mayor en un 72% en relación al año anterior.

En este año los gastos o egresos aumentaron en un 8% como se tenía previsto, sin embargo se presenta un efectivo favorable en el desarrollo de la actividad.

En el año 2017 se realizarán nuevas inversiones tanto en equipos como en muebles de oficina debido al aumento de capacidad habitacional que se incorporará, por lo tanto en estos años se verá afectado el efectivo en una pequeña escala, pues se muestran saldos de efectivos favorables de los años anteriores que permitirán realizar estos pagos sin que afecte considerablemente estos saldos.

La vida del proyecto corresponde a 5 años, por lo tanto los resultados que se obtendrán en el último año del proyecto son de: ingresos totales de \$ 322.576,44; egresos de \$ 214.512,18, obteniendo un saldo final total de \$ 503.472,13.

Los resultados obtenidos además demuestran que en el primer año se cuenta con la aportación de capital y el préstamo bancario a L/P, por lo tanto este valor permite que en este primer ejercicio fiscal se presente un saldo final positivo, convirtiéndose instantáneamente en el saldo inicial del segundo año.

Es necesario recalcar que en los detalles de cada año se hace frente a los pagos respectivos del préstamo bancario, así como también el pago de sus respectivos intereses.

A continuación se muestra el cuadro de ingresos y gastos detallados en los estados de flujos de efectivo de los 5 años de vida de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa "DISOC CABIN IN THE BEACH".

TABLA # 12

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"					
FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES					
CUENTAS	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS	188.333,92	215.454,01	246.479,38	281.972,42	322.576,44
TOTAL INGRESOS	188.333,92	215.454,01	246.479,38	281.972,42	322.576,44
EGRESOS					
PAGO DE COSTOS FIJOS	25.035,87	25.035,87	25.035,87	25.035,87	25.035,87
PAGO DE COSTOS VARIABLES	11.730,00	17.107,03	18.228,53	20.853,44	23.856,34
PAGO DE GASTOS ADM	13.590,79	14.155,97	14.743,77	15.355,07	15.990,83
PAGO DE GASTOS VTAS	44.128,69	45.893,83	47.729,59	49.638,77	51.624,32
PAGO DE GASTOS FINANCIEROS	5.216,49	4.694,84	4.173,19	3.651,54	3.129,90
PAGO DE GASTOS DE CONSTITUCION	1.623,00				
PAGO DE PRESTAMO BANC.	4.742,27	4.742,27	4.742,27	4.742,27	4.742,27
PAGO DE IMPUESTO A LA RENTA		15.190,19	19.187,44	24.199,91	29.967,26
PAGO DE PARTICIPACION TRABAJADORES		11.654,87	15.390,99	19.411,69	24.037,91
COMPRA DE EQUIPOS DE COMPUTACION			1.150,00		
PAGO DE NUEVA INFRAESTRUCTURA					20.000,00
COMPRA DE EQUIPOS DE OFICINA					
COMPRA DE EQUIPOS					6.350,00
COMPRA DE MUEBLES DE OFICINA					9.777,50
TOTAL EGRESOS	106.067,10	138.474,87	150.381,64	162.888,56	214.512,18
SOBRANTE O FALTANTE	82.266,82	76.979,13	96.097,74	119.083,86	108.064,26
SALDO INICIAL	20.980,31	103.247,14	180.226,27	276.324,01	395.407,87
SALDO FINAL	103.247,14	180.226,27	276.324,01	395.407,87	503.472,13

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.8. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.

4.8.1. CASH FLOW.

El “cash-flow “ mide los recursos generados por la empresa, concepto que no coincide con el de beneficio neto.

Ya que en el cálculo del beneficio neto se incluyen una serie de gastos (amortizaciones y provisiones) que, aunque son pérdidas para la empresa, no generan salida de dinero, sino que se trata únicamente de apuntes contables.

En el primer año se obtienen unas ventas brutas de \$ 188333,92 los costos de producción son de \$39111,87, gastos operativos de \$59881,3401, impuesto total de \$20178,63, intereses de \$5216,49 y el respectivo pago de préstamo bancario de \$4742,27. Con todas estas deducciones se obtiene un total de “Cash Flow” en este año de \$59203,32, siendo este desfavorable para la hospedería sin embargo en el segundo año este total disminuye esta pérdida, para posteriormente aumentar considerablemente hasta llegar al año 2017 con un total de \$139426,79

TABLA # 13

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"					
FACTIBILIDAD					
CASH FLOW	2013	2014	2015	2016	2017
VENTAS BRUTAS	188333,922	215454,007	246479,384	281972,415	322576,443
COSTO DE PRODUCCIÓN	39111,8667	40676,3413	42303,395	43995,5308	45755,352
GASTOS OPERATIVOS	59881,3401	60006,0903	61806,273	63660,4612	65570,275
IMPUESTO TOTAL	20178,6345	23084,3579	45224,5734	53410,6841	63951,8648
INTERESES	5216,4921	4694,84289	4173,19368	3651,54447	3129,89526
PRESTAMO BANCARIO	4742,26555	4742,26555	4742,26555	4742,26555	4742,26555
TOTAL CASH FLOW	59203,3232	82250,1089	88229,6832	112511,929	139426,79

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.8.2. CASH FREE.

Se define como “el saldo disponible” para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en Necesidades Operativas de Fondos (NOF).

La hospedería “DISOC CABIN IN THE BEACH”, en los cuatro primeros años obtiene un flujo libre de caja negativo debido a las grandes inversiones que se realizaron en el año cero, y las reinversiones en equipos de cómputo, sin embargo en los posteriores años se cuenta con los valores de rescate de cada uno de los activos fijos, lo cual permite obtener flujos aceptables con la finalidad de recuperar la inversión en menos tiempo que la vida del proyecto. En el último año se obtiene un total de \$76.384,43.

TABLA # 14

CASH FREE	2013	2014	2015	2016	2017
INVERSION TERRENO	-		-	-	-
VALOR DE RESCATE TERRENO					
INVERSION INFRAESTRUCTURA	-40.000,00		-	-	-
VALOR DE RESCATE INFRAEST.					
INVERSION NUEVA INFRAESTRUCTURA	-	-	-	-	-20.000,00
VALOR DE RESCATE NUEVA INFRAESTRUCTURA					
INVERSION EQUIPOS DE COMPUTO	-1.150,00	-	-	-1.150,00	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE COMP.		-	-	115,00	-
INVERSION EQUIPOS DE OFICINA	-460,00	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE EQ. DE OFIC.		-	-	-	-
INVERSION EQUIPOS	-12.700,00	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE EQUIPOS		-	-	-	-
NUEVA INVERSION EN EQUIPOS	-	-	-	-	-6.350,00
VALOR DE RESCATE NUEVA INVERSION EQUIPOS					
INVERSION MUEBLES	-19.555,00	-	-	-	-
VALOR DE RESCATE MUEBLES		-	-	-	-
NUEVA INVERSION EN MUEBLES	-	-	-	-	-9.777,50
VALOR DE RESCATE NUEVA INVERSION MUEBLES					
INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	-20.980,31		-	-	-
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRAB.		-	-	-	-
TOTAL CASH FREE	-94.845,31	59.203,32	82.250,11	87.194,68	76.384,43

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.9. VALORACIÓN FINANCIERA.

4.9.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).

El valor actual neto permite también conocer el año de retorno de la inversión inicial, para lo cual en los resultados de la empresa procesadora se demuestra que dicho capital se recupera en el quinto año de operación.

La hospedaría comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH” muestra un valor actual neto de \$133.437,36 ;el mismo que representa aquel valor que se obtendrá como ganancia después de haber recuperado la inversión total en un período de 5 años, con una inversión total de \$ 94.845,31 . Para efecto de esta determinación se consideró un costo de capital del 7,30%.

Para este cálculo se realizó el método de factibilidad, donde se trabaja directamente con la inversión total, distribuida tanto para los activos fijos como para el capital de trabajo, así mismo se consideran los valores de rescate y finalmente el flujo de caja o flujo de fondos.

TABLA # 15

VAN	\$ 133.437,36
TIR	66%
DECISION DE INVERSION	ACEPTAR

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO. (TIR)

La “Tasa Interna de Retorno” es aquella tasa real que proporciona un proyecto de inversión y es aquella que al ser utilizada como tasa de descuento en el cálculo de un “VAN” dará como resultado 0. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

En el presente estudio económico de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH” durante un período de 5 años, se obtuvo una tasa del 66%, el cual se encuentra por encima del costo de capital que es del 7,30%. Por tal motivo se concluye que la ejecución de este proyecto es ACEPTABLE.

4.9.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad es utilizado para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el “VAN” al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento, los costos, etc.).

De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo “VAN” podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto en caso de que esas variables se modifiquen. Para nuestro caso de estudio hemos utilizado distintos tipos de costos de capital para observar el comportamiento del “VAN” en caso de incrementar la “TMAR” de los accionistas o disminuir. En la siguiente tabla podemos observar que a medida que el costo de capital se acerca a “0” el “VAN” incrementa.

TABLA# 16

Análisis de Sensibilidad		
COSTO/CAPITAL	VAN	VARIACIÓN
5,15%	320.586	142%
5,82%	295.323	131%
6,95%	260.094	115%
7,30%	225.694	0%
7,95%	203.224	90%
8,75%	186.323	92%
9,32%	128.440	69%

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.9.3.1. ESCENARIO POSITIVO.

En estos escenarios positivos nos damos cuenta que mientras menor es el costo de capital el valor actual neto aumenta en el primer caso consideramos una reducción del costo de capital del 5,15% dándonos una VAN de \$320.586,00 en el segundo escenario tenemos un VAN de \$ 295.323,00 y por último en el tercer escenario nos muestra un VAN de \$ 260.094,00.

TABLA # 17

COSTO DE CAPITAL		VALOR ACTUAL NETO
DISMINUYE	5,15%	320.586
DISMINUYE	5,82%	295.323
DISMINUYE	6,95%	260.094

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.9.3.2. ESCENARIO NEGATIVO.

En estos escenarios negativos nos damos cuenta que mientras mayor es el costo de capital el valor actual neto disminuye, en el primer caso consideramos un aumento del costo de capital del 7,95% dándonos una VAN de \$ 203.224,00; en el segundo escenario tenemos un VAN de \$ 186.323 y por último en el tercer escenario nos muestra un VAN de \$ 128.440. Cada vez aumentamos más el costo de capital y vemos una reducción considerable de nuestro valor actual neto (VAN).

TABLA # 18

COSTO DE CAPITAL		VALOR ACTUAL NETO
AUMENTA	7,95%	203.224
AUMENTA	8,75%	186.323
AUMENTA	9,32%	128.440

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.9.4. COMPOSICIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL.

Para la prestación del servicio de hospedería es necesario conocer el monto de inversión para un determinado período y al cual hay que hacer frente una vez tomada la decisión de incursionar en el negocio.

La implementación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH” tiene como inversión total \$94.845,31, en dicho monto se considera tanto la inversión en activos fijos y el respectivo capital de trabajo que actúa como el efectivo necesario para iniciar la prestación de este servicio.

La inversión total en activos fijos es de \$73.865,00 ; en esta inversión incluyen los equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina, la adquisición del terreno, y la infraestructura. El monto inversión para el capital de trabajo es de \$20.980,31 ; dicho valor servirá para adquirir aquellos materiales de aseo para los clientes o turistas.

La inversión total en activos fijos que requerirá la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH” se muestra en la tabla siguiente, con su clasificación correspondiente, los detalles de aquellos bienes y sus respectivos valores a financiar.

TABLA # 19

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"		
PUNTO DE EQUILIBRIO		
INVERSION TOTAL		
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		73.865,00
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		20.980,31
INVERSION TOTAL		94.845,31
FINANCIAMIENTO		
APORTACION DE CAPITAL	50%	47.422,66
PRESTAMO BANCARIO	50%	47.422,66
		94.845,31

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.9.5. COMPOSICIÓN DE LA CAPACIDAD DEL SERVICIO.

La capacidad de la hospedería es de 46 personas, puesto que dicho establecimiento contará con 9 habitaciones matrimoniales, 6 habitaciones dobles para 2 personas, y 4 habitaciones familiares con capacidad de cuatro personas.

Considerando que la hospedería es nueva dentro del mercado turístico se cubrirá con un 74% de la capacidad máxima del establecimiento, lo cual significa que se recibirá a 34 personas distribuidas en 6 habitaciones matrimoniales, 3 habitaciones dobles y 3 habitaciones familiares.

La tasa anual de crecimiento de la demanda corresponde al 10%, debido a que el país y específicamente la provincia de Santa Elena es turístico lo cual permitirá ofrecer servicios de hospedaje a más personas anualmente.

TABLA # 20

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH" CEDULA DE FIJACION DE PRECIO					
CANTIDAD	TIPO DE HABITACIONES	# DE PERSONAS X HABITACION	CAPACIDAD TOTAL (PERSONAS)	74% DE LA CAPACIDAD TOTAL ANUAL	
9	MATRIMONIALES	2	18	6	HABITACIONES
6	LITERAS (2 PERSONAS)	2	12	5	HABITACIONES
4	2 LITERAS (4 PERSONAS)	4	16	3	HABITACIONES
19			46	34	PERSONAS

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.10. COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS.

4.10.1. ELEMENTOS DEL COSTO DEL SERVICIO.

En la determinación de los costos es necesario clasificarlos en dos grandes grupos, los mismos que son: costos fijos y variables.

4.10.1.1. COSTOS FIJOS.

La hospedaría comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH” tendrán como costos fijos en el tiempo, aquellos sueldos y salarios del personal de limpieza, servicio al cliente y servicios de lavandería.

El costo fijo anual es de \$ 25.035,87; y el costo unitario total es de \$2,05 por turista. En el siguiente cuadro se muestran cada uno de los costos fijos unitarios.

TABLA # 21

COSTOS FIJOS	COSTOS UNITARIOS	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUALES
SERVICIOS BÁSICOS	0,67	680,00	8.160,00
SERVICIO DE LAVANDERIA	0,28	290,30	3.483,60
SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	0,57	580,60	6.967,20
DEPRECIACIÓN	0,52	535,42	6.425,07
TOTAL COSTOS FIJOS	2,05	2.086,32	25.035,87

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.10.1.2. COSTOS VARIABLES.

Los costos variables que corresponden a la prestación de servicios de hospedaje son los materiales de aseo que se les facilitará al turista durante su estancia en la hospedaría, siendo este de \$1.25, donde se incluye pasta dental, shampoo, jabón, aromatizantes y toallas los cuales serán ubicados en las diferentes habitaciones.

La siguiente tabla muestran los costos variables de la hospedaría comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH”.

TABLA # 22

COSTOS VARIABLES	COSTOS UNITARIOS	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUALES
MATERIALES DE ASEO PERSONAL	1,25	\$ 1.173,00	14.076,00
Jabones	0,10		
Shampoo	0,15		
Pasta dental	0,50		
Aromatizantes	0,50		
TOTAL COSTOS VARIABLES	1,25	1.173,00	14.076,00

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.11. CAPITAL DE TRABAJO.

Para dar inicio a cualquier actividad empresarial es fundamental contar con un monto de efectivo, dicho valor se denomina capital de trabajo que es el que permitirá adquirir los insumos o materiales requeridos para empezar con la primera producción o prestación de servicios.

En el presente estudio se requiere de un fondo de maniobra o capital de trabajo de \$20.980,31, cuyo valor servirá principalmente para la adquisición de materiales de aseo, así como también para cubrir los primeros gastos administrativos y de ventas, desatacándose los sueldos y salarios que colaboraran dentro de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH”.

Para la determinación del capital de trabajo se realizó una operación matemática que corresponde al método analítico, que incluye las compras de materiales como costos variables, tomando como base las ventas netas del servicio. En dicho método se consideró un 50% de tesorería.

TABLA # 23

**HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"
CAPITAL DE TRABAJO**

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	14.076	1	39,10
Pasivo circulante (Pc)			39,10
Materiales (m)	14.076	1	39,10
Clientes (c)	168.155	30	14.012,94
Activo circulante (Ac)			14.012,94

CALCULO DE FONDO DE MANIOBRA	
ACTIVO CIRCULANTE	14.012,94
TESORERÍA	50% 7.006,47
PASIVO CIRCULANTE	39,10
FONDO DE MANIOBRA PREVISTO	20.980,31

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.12. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El número de servicios mínimos que hay que prestar se ven reflejados en la determinación del punto de equilibrio. En el cual se toman en cuenta aquellos costos fijos y variables anuales, así como también los ingresos totales y por ende el precio del servicio.

Para efecto del cálculo del punto de equilibrio se ha considerado el método de mezcla de ventas, en relación a los 3 tipos de habitaciones que se prestara en el establecimiento. Donde el punto de equilibrio es de 183 servicios anuales, los cuales se distribuirán en 78 servicios en habitaciones matrimoniales, 65 en habitaciones dobles y 39 habitaciones familiares.

A continuación se muestra la tabla que detalla los respectivos costos y por ende el punto de equilibrio en unidades y en dólares de la empresa.

TABLA # 24

**HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"
PUNTO DE EQUILIBRIO**

UNIDADES	HABITACIONES MATRIMONIALES	HABITACIONES (2 PERSONAS)	HABITACIONES (4 PERSONAS)	5.040
	2.160	1.800	1.080	
PV	29,53	33,95	58,74	
CP	8,95	8,95	8,95	
CM	20,58	25,01	49,79	
MEZCLA DE VENTAS	0,43	0,36	0,21	1,00
CONT. POND	8,82	8,93	10,67	
CONT. POD. TOTAL	28,42			
COSTOS FIJOS	5.200			
PE	183			

78	65	39	183
----	----	----	-----

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.13. RECUPERACION DE LA INVERSION TOTAL.

La inversión total es de \$ 94.845,00; donde la inversión se recupera en el tercer año.

TABLA # 25

**HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH"
PUNTO DE EQUILIBRIO**

INVERSI ON TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
94.845	59.203	59.203	82.250	87.195	76.384
	-35.642	23.561	105.811	193.006	269.391

Fuente y elaboración: Gabriela Rosales Malavé.

4.14. DECISIÓN DE INVERSIÓN: VAN Y TIR.

El proyecto de la hospedería “DISOC CABIN IN THE BEACH” obtendrá un valor actual neto de \$\$ 133.437,36, donde la inversión total se recuperará en el tercer año.

La tasa interna de retorno corresponde al 66%, siendo este mayor que el costo de capital, por tal motivo la decisión de inversión del presente proyecto es ACEPTABLE.

4.15. IMPACTO AMBIENTAL

Estudio de impacto ambiental para el proyecto de creación de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa, ubicada a la comuna Jambelí, brindara un servicio de hospedaje a los turistas nacionales y extranjeros.

Nuestro proyecto buscara la manera que produzca en la localidad el mejor impacto ambiental, en la comuna Jambelí existe una gran proporción de mala higiene en las playas y calles de la comunidad. Con la creación de este proyecto se contribuirá a solucionar, prevenir y promover el cuidado ambiental, la hospedería comunitaria contara con planes manejo ambiental.

4.15.1 INDICADORES AMBIENTALES.

Para poder medir los problemas de contaminación ambiental e impacto ambiental se medirán en escala de medición proporcional del 1 al 5 considerando los indicadores que nos muestren el mejor resultado en la zona.

TABLA # 15

INDICADORES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
<i>Disminución o detención de proceso de deterioro</i>					
<i>Restauración o rehabilitación de ecosistema</i>					
<i>Establecimiento de sistemas de producción sostenible</i>					
<i>Incremento de especies y/o población de flora y fauna</i>					
<i>Incremento de fertilidad del suelo</i>					
<i>Mejora belleza paisajística</i>					
<i>Incremento de la productividad</i>					
<i>Se detiene o disminuye contaminación</i>					
<i>Desarrollo de biotecnología</i>					
<i>Cambio positivo en políticas o leyes</i>					
<i>Educación ambiental</i>					

CONCLUSIONES.

- ✓ En base al estudio realizado en la comuna Jambelí, nos damos cuenta que existen un gran número de atractivos turísticos en la localidad, está rodeada de los hermosos y acogedores paisajes, cuenta con un rompeolas, manglar y una diversidad de especies marítimas.
- ✓ La hospedería comunitaria y cabañas en “DISOC CABIN IN THE BEACH”, realizara convenios con las autoridades seccionales para realizar una correcta difusión propagandística, y poder construir las vías de acceso al lugar turístico, la estableceremos como estrategia de marketing y será dirigida a la diferenciación, es decir nuestra misión no solo será brindar un servicio de hospedaje, sino ofrecerle al turista actividades en las que puedan disfrutar de la naturaleza, ya sea realizando deportes de aventura o caminatas dirigidas al manglar, para apreciar la diversidad ecológica de la comuna Jambelí.
- ✓ “DISOC CABIN IN THE BEACH” contara con una adecuada estructura organizacional, ya que contara con el personal adecuado en las diferentes áreas: financieras, ventas y personal operativo para poder brindar el servicio de una manera más eficiente.
- ✓ Según los resultados obtenidos en cada uno de los análisis y estados financieros se considera que la hospedería “DISOC CABIN IN THE BEACH”, es aceptable dentro del sector turístico.

Se considera que el proyecto tendrá una tasa interna de retorno del 66%, el cual se encuentra por encima del costo de capital que corresponde al 7,30%.

Las ventas e ingresos incrementaran de acuerdo a una tasa de crecimiento de demanda del 10% anual, y para ello también se considera una tasa inflacionaria que influirá en el precio de cada uno de los servicios.

RECOMENDACIONES

- ✓ Llevar un estricto control en cada uno de los servicios que se ofrecerán como hospedería comunitaria y cabañas en la playa, asegurando la calidad de cada uno de ellos, satisfaciendo las necesidades del turista más exigente.
- ✓ Estar siempre en constante innovación, realizando los convenios necesarios con las instituciones públicas para poder obtener un espacio publicitario en los medios públicos, realizando acciones que llamen la atención de los turistas por ejemplo: actualización de la página Web, trípticos, afiches, reportajes, entre otros.
- ✓ Mantener en constante capacitación al personal de la hospedería comunitaria y cabañas en la playa “DISOC CABIN IN THE BEACH”, en las diferentes áreas para que el servicio que se brinda sea de calidad, ya que los clientes requieren de un buen trato efectuando que su estadía en nuestra hospedería comunitaria y cabañas en la playa sea un momento reconfortante y divertido.
- ✓ Continuar con los procesos financieros planteados en la propuesta para determinar las ganancias periódicas, para garantizar la permanencia de la empresa en el mercado turístico donde se desarrolla.

BIBLIOGRAFIA EN LIBROS

- ÁLVAREZ TORRES MARTÍN G. (Edición 2006), Manual de planeación estratégica.
- BAENA LÓPEZ GUILLERMO Edición 2009), I + E Investigación estratégica.
- BALLVE ALBERTO Y DEBELJUH PATRICIA (edición 2006), Misión y valores.
- BERNAL TORRES CESAR AUGUSTO (Edición 2006), Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.
- CAPRIOTTI PAUL (Edición 2008), Planificación estratégica de la imagen corporativa.
- CASTRO ORDOÑEZ JOSÉ M. (Edición 2004), Apuntes de la materia: Preparación y evaluación de proyectos I y II semestre.
- DÍAZ DE RADA VIDAL (Edición 2001), Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial.
- DÍAZ DE SANTOS (Edición 1994), El plan de acción.
- DÍAZ DE SANTOS (Edición 1994), El plan de negocios.
- FERNÁNDEZ ROMERO ANDRÉS (Edición 2004), Dirección y planificación estratégica en las empresas y organizaciones.
- FRANCÉS ANTONIO (Edición 2006), Estrategias y planes para empresa CMI.
- GARCÍA SILVA, GARCÍA EDUARDO, GARCÍA SÁNCHEZ EDUARDO (Edición 2007), Los recursos humanos aplicados a la gestión deportiva.
- GENERALITAT VALENCIANA (Edición 2006), ATs administración especial.

- GONZÁLEZ SABIN RAQUEL (Edición 2005), Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos las TIC´s como herramienta permanente del capital humano.
- JIMÉNEZ FIGUEROA, ITZA HAYDE MURO PICO, J FERNANDO (Edición 2009), Desarrollo organizacional y humano.
- JIMÉNEZ MARÍA ELIZABETH (Edición 2004), Plan estratégico de redes de establecimiento de salud en proceso de cambio.
- MARTÍNEZ MARÍA DEL CARMEN (Edición 2003), La gestión empresarial: Equilibrando objetivos y valores.
- MARTÍNEZ PEDRO JOSÉ, MILLA GUTIÉRREZ ARTEMIO (Edición 2005), Elaboración del plan estratégico y su aplicación a través de cuadro de mano integral.
- MÍNGUEZ VELA ANDRÉS (Edición 2002), El formador en la empresa.
- MIRANDA MIRANDA JUAN JOSÉ (Edición 2006), Gestión de proyectos.
- MUÑIZ LUIS (Edición 2010), Guía práctica para mejorar un plan de negocios.
- MUÑIZ LUIS (Edición 2009), Control presupuestario: Planificación, elaboración y seguimiento del presupuesto.
- NAMAKFOROOSH MOHANMMAD NAGHI (Edición 2005), Metodología de la investigación.
- Chase, R. & Aquilano, N.[1995]: Dirección y administración de la producción y de las operaciones, 6ª. Ed., Editorial IRWIN, Barcelona.
- SANDOVAL EWALDO, (2009), Ecoturismo, Operación Técnica y Gestión Ambiental.
- GÓMEZ GALÁN, 2009 Manuel Las microempresas como agentes de desarrollo en el Sur. ed. litCideal. Centro de Investigación Europa-España-América Latina

DOCUMENTOS DE LA WEB

- <http://www.mitecnologico.com/Main/NaturalezaDeLaPlaneacionEstrategica>
- <http://es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacion/
- <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/clasificacion-de-los-proyectos.html>
- <http://www.eumed.net/libros/2006c/219/1o.htm>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/EntornoDeLaEmpresa>
- <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html>
- <http://www.gestiopolis.com/canales5/mkt/markecho.htm>
- <http://www.doi.icae.upcomillas.es/PIM/web.htm>
- <http://www.afu.com/apuntes/educación/metodologiadeinvestigación/def.ault.htm>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/NaturalezaDeLaPlaneacionEstrategica>
- <http://es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://es.scribd.com/doc/7099642/Objetivos-general-y-objetivos-especificos>
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/planeacion/
- <http://www.monografias.com/trabajos33/plan-investigacion/planinvestigacion.shtml>

GLOSARIO

Agencias de turismo.

Empresas organizadas como sociedades de comercio que se dedican al negocio de viajes y promoción turística, a su vez sirven de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos.

Alojamiento.

Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernoctar, puede ofrecer además servicios complementarios.

Atractivo turístico.

Lugar u objeto o acontecimiento de interés turístico.

Cabaña.

Unidad habitacional que cuenta con, por lo menos, dos áreas claramente diferenciadas (una social y otra habitacional) y con sus respectivos servicios sanitarios completos.

Catalogo turístico.

Lista selectiva de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.

Centro turístico.

Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.

Complejo turístico.

Zona privilegiada de reconocimiento turístico internacional, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Demanda turística.

Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional; y a precios determinados por las tazas de cambio, en el turismo internacional.

Desplazamiento turístico.

Traslado de un lugar a otro con fines turísticos.

Huésped.

Persona que utiliza los servicios de alojamiento en un establecimiento.

Infraestructura turística.

Obra básica generalmente de acción estatal en materia de comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos. Son elementos básicos en forma del desarrollo turístico y constituyen las bases para las estructuras requeridas por los turistas.

Localidad turística.

Localidad que por su situación sobre las vías de comunicación y por sus instalaciones turísticas es objeto de demanda turística.

Localización turística.

Conjunto de elementos físicos, factores económicos y humanos que hacen posible la explotación de un recurso básico que sirven para la atracción y frecuentación turística con un índice de rentabilidad.

Manual de información turística.

Edición con criterio catalográfico destinado casi exclusivamente al profesional. Contiene información sobre formalidades fronterizas, frontera, horario, tarifas, etc.

Marketing turístico.

Conjunto de técnicas relativas a la transferencia y servicios turísticos del producto al consumidor.

ABREVIATURAS

UTE	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
PIB	PRODUCTO INTERNO BRUTO
PLANDETUR	PLAN DE TURISMO
MINTUR	MINISTERIO DE TURISMO
COOTAD	CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN
REDTURS	RED DE TURISMO COMUNITARIO DE AMÉRICA LATINA
OIR	ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO
PRI	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION
CC	COSTO DE CAPITAL
PIB	PRODUCTO INTERNO BRUTO
INEC	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS
IVA	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
RUC	REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE
4P	PRECIO, PLAZA, PROMOCIÓN Y PRODUCTO
MIX	COMBINACIÓN DE VARIOS OBJETOS
PEA	POBLACIÓN ECONÓMICA ACTIVA
FODA	FORTALEZA, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS
VAN	VALOR ACTUAL NETO
TIR	TASA INTERNA DE RETORNO
BG	BALANCE GENERAL
BNF	BANCO NACIONAL DEL FOMENTO
CFN	CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL
KM	KILÓMETROS
MAGAP	MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERA, AVICULTURA Y PESCA
TICS	TÉCNICAS INDUSTRIALES DE CALIDAD
RF	RETENCIÓN EN LA FUENTE

ANEXOS

**Anexo N # 1. Encuesta. UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TURISTAS.

Objetivo. Determinar el mercado potencial, real, rutas accesibles y precios competitivos del centro turístico de la comuna Jambelí.

ESPERANDO QUE DEN RESPUESTA A CADA PREGUNTA PLANTEADA POR LA INVESTIGADORA, LES ANTICIPO MIS MAS SINCEROS AGRADECIMIENTOS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN.

1. ¿Qué edad tiene?.

De 0 a 20 años. _____ De 21 a 35 años. _____ De 36 años en adelante _____

2. ¿Cuál es su género?.

Femenino _____ Masculino _____.

3. ¿Visita usted frecuentemente centros turísticos?

SI _____ NO _____

4. ¿Cuáles centros turísticos visita regularmente?

Ballenita _____ Salinas _____ La Libertad _____ San Pablo _____ Ayangue _____
Playa Rosada _____ Montañita _____ Olón _____ Valdivia _____ Otros _____

5. ¿Ha visitado la comuna Jambelí?

SI _____ NO _____

6. ¿ Por qué le pareció atractiva?

Rompeolas _____ Manglar _____ Hospitalidad _____

7. ¿Cómo considera el estado de la vía de acceso a la comunidad Jambelí?
EXCELENTE____ MUY BUENA____ BUENA ____ MALA____

8. ¿Considera usted que es seguro visitar la comuna Jambelí para obtener momentos de alegría y esparcimiento?
SI____ NO____

9. ¿Le gustaría que la comuna Jambelí tuviese un centro turístico?
SI ____ NO____

10. ¿Qué servicios le agradaría que ofreciera este centro turístico?
Hospedería____ Restaurant____ Ecoturismo____

11. ¿Según lo que ofrece el centro turístico, cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio?
30____ 35____ 40____ 50____ 60____

12. ¿Con quienes visitaría el centro turístico?
Familiares __ Amigos __ Vecinos__ Compañeros de trabajo__ Otros__

13. ¿Considera usted que la población se beneficiaría con la creación de un centro turístico?
SI ____ NO____

14. ¿Cree usted que se desarrollaría el turismo en la comuna Jambelí la creación del centro Turístico?
SI____ NO____

Gracias por su valiosa colaboración



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ANEXO # 2 GUÍA DE ENTREVISTA

Realizada al presidente de la comuna Jambelí.

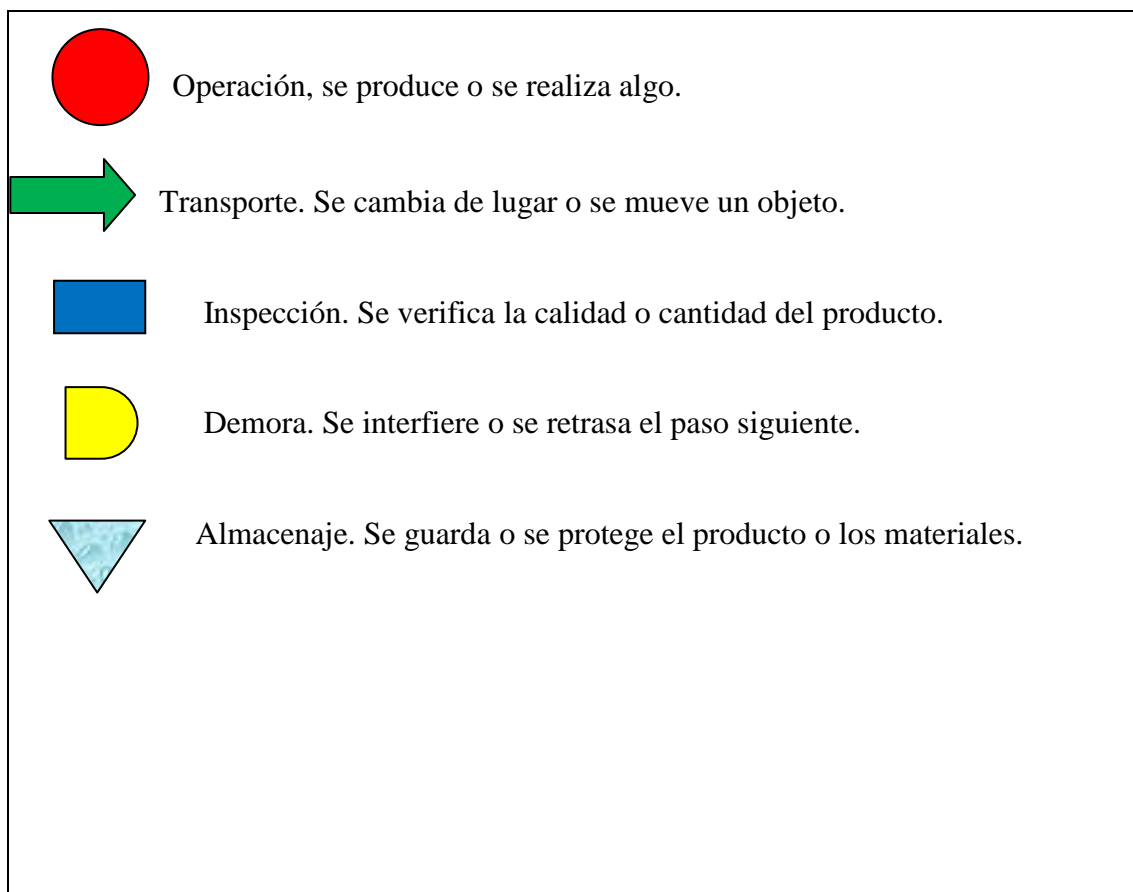
RECIBA UN AFECTUOSO SALUDO, ESPERANDO QUE SE ENCUENTRE COSECHANDO MUCHOS ÉXITOS EN SUS LABORES COTIDIANAS.

EL OBJETIVO DE LA SIGUIENTE ENTREVISTA ES PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN SOBRE LA CREACIÓN DE UNA HOSPEDERÍA COMUNITARIA Y CABAÑAS EN LA PLAYA EN LA COMUNA JAMBELÍ QUE CONTRIBUIRA AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL. ESPERANDO QUE DE RESPUESTA A CADA PREGUNTA PLANTEADA POR LA INVESTIGADORA, LES ANTICIPO MIS MAS SINCEROS AGRADECIMIENTOS POR SU VALIOSA COLABORACIÓN.

1. ¿Cree usted que es conveniente un centro turístico en la en la comuna Jambelí, por qué?
2. ¿Desde su punto de vista, un centro turístico ayudaría al desarrollo económico de los pobladores de la comuna Jambelí, por qué?
3. ¿Apoyaría la creación del centro turístico en la comuna Jambelí?
4. ¿Cómo le gustaría que apoye la “alcaldía”-“prefectura” a este proyecto?
5. ¿Cree usted que el centro turístico crearía fuentes de trabajos directos e indirectos?
6. ¿Qué ventajas le ve usted a la creación del centro turístico?
7. ¿Qué desventajas le ve usted a la creación del centro turístico?
8. ¿Cuál sería la ubicación más adecuada del centro turístico en la comuna Jambelí?
9. ¿Cree conveniente que al convertirse en una opción turística nacional e internacional la comuna Jambelí, atraería más visitantes para la provincia en general?
10. ¿Qué otra forma de darse a conocer como opción turística podría recomendar la “alcaldía”-“prefectura” aparte de la creación del centro turístico?.

GRACIAS POR SU COLABORACION!!!!!!

Anexo N # 3.
SÍMBOLOS DEL FLUJO-GRAMA.



PLAN DE ACCIÓN

Problema Principal: Falta de gestión e inversión por parte de sus dirigentes comunales y autoridades seccionales de la Provincia, causando la emigración de sus habitantes y desperdicio de los productos marítimos de la zona.			
Fin de la Propuesta: “Estudio de factibilidad para la creación de una hospedería comunitaria y cabañas en la playa en la comuna Jambelí, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.			Indicadores: Factibilidad del proyecto
Propósito de la Propuesta: Mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la comuna Jambelí, buscando el desarrollo social y económico.			Indicadores: Crear fuentes de ingresos económicos y facilitando empleo .
Coordinador del Proyecto:			
PROGRAMAS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
ESTUDIO TECNICO	DESCRIPCION DE LA EMPRESA LOCALIZACION DE PLANTA DISTRIBUCION DE LA PLANTA ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	DAR A CONOCER LAS CARACTERISTICAS PRIMORDIALES DE LA HOSPEDERIA COMUNITARIA. ESTUDIO TÉCNICO DEL LUGAR DONDE SE VA A APLICAR EL PROYECTO PARA QUE EXISTA UNA CORRECTA INFRAESTRUCTURA. SE VAN A ESTABLECER LAS POLITICAS CLARAS DE DISTRIBUCION DE LA PLANTA DE LA INSTITUCION PARA QUE EXISTA UN MEJOR MANEJO ADQUIRIR Y MEJORAR CONSTANTEMENTE EL MANEJO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.	UTILIZAR TODOS LOS MEDIOS PUBLICITARIOS NECESARIOS PARA QUE EXISTA UNA BUENA PROMOCION DE LA HOSPEDERIA COMUNITARIA Y CABAÑAS EN LA PLAYA. APROVECHAR TODOS LOS RECURSOS TURISTICOS QUE TIENE LA LOCALIDAD PARA QUE SEAN APROVECHADOS Y DISFRUTADOS POR LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES. EL AREA DE LAS INSTALACIONES DE LA HOSPEDERIA SERA DISTRIBUIDA DE LA MEJOR NMANERA PARA QUE TODOS ESTOS LUGARES SEAN DISFRUADOS POR NUESTROS TURISTAS Y PUEDAN DISFRUTAR DE ALGO DIFERENTE EL PERSONAL QUE SE CONTRATARA SERA DE LA ZONA PARA QUE AYUDEN AL APARATO PRODUCTIVO DE LA COMUNA. CONTARAN CON TODOS LOS BENEFICIOS NECESARIOS PARA QUE REALICEN SU TRABAJO DE LA MEJOR MANERA

PROGRAMAS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
ESTUDIO FINANCIERO	<p>INVERSION DEL PROYECTO</p> <p>INGRESOS</p> <p>FINANCIAMIENTO</p> <p>PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION</p>	<p>SE CREARA UNA HOSPEDERIA DE ECONOMIA MIXTA PARA QUE LOS GOBIERNOS SECCIONALES CONSTRUYAN LAS VIAS QUE NOS LLEVAN A LA HOSPEDERIA.</p> <p>LOS INGRESOS QUE SE GENEREN DE LAS VENTAS EN LA HOSPEDERIA TENDRAN QUE CUBRIR LOS COSTOS DEL SERVICIO Y TENER UN MARGEN DE UTILIDAD DEL 180%.</p> <p>REALIZAR UN PRESTAMO A LA CORPORACION FINANCIERA NACIONAL</p> <p>LA INVERSION SE RECUPERA EN EL QUINTO AÑO PERA SE REALIZA UNA REINVERSION Y LA INVERSION TOTAL SE RECUPERA EN EL NOVENO AÑO.</p>	<p>LA HOSPEDERIA COMUNITARIA ADEMAS BRINDARA EL SERVIO DE RECREACION Y RECORRIDO DE LAS INTALACIONES.</p> <p>REALIZAR MAYOR PUBLICIDAD PARA AUMENTAR ANUELMENTE EL NUMERO DE TURISTAS DE LA HOSPEDERIA.</p> <p>RELIAZAR LA INVERSION DE UNA MANERA RAPIDA PARA PODER APROVECHAR EL MEDIO DE FINANCIAMIENTO</p> <p>AUMENTAR LAS VENTAS PARA PODER RECUPERAR LA INVERSION EN UN PERIODO MAS CORTO.</p>

VIDA UTIL DE LOS ACTIVOS FIJOS

GRUPOS	VIDA ÚTIL MESES
Equipos de computación	36
Infraestructura	300
Muebles de oficina	60
Equipos	60
Equipos de oficina	60

GASTOS DE CONSTITUCION

HOSPEDERIA COMUNITARIA "DISOC CABIN IN THE BEACH" GASTOS DE CONSTITUCIÓN

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Contratación del Abogado	1000,00
Aprobación de denominación	10,00
Inscripción de Escritura de Constitución en Registro Mercantil	13,00
Patente Municipal	60,00
INEN	30,00
Total gastos	1.113,00
GASTOS DE INVEST. Y DESARROLLO	
Encuesta de Estudio de Mercado	10,00
Encuestadores: (20 personas \$12 c/u, incluye movización y alimentación)	240,00
Total gastos	250,00
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	
Capacitación (seminario a \$20 para 13 empleados)	260,00
Total gastos	260,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	1.623,00

ESTADOS DE RESULTADOS

Estado de Resultados						
INGRESOS BRUTOS		188.333,92	215.454,01	246.479,38	281.972,42	322.576,44
HABITACIONES MATRIMONIALES		63.775,35	72.959,00	83.465,10	95.484,07	109.233,78
HABITACIONES (2 PERSONAS)		61.118,04	69.919,04	79.987,38	91.505,57	104.682,37
HABITACIONES (4 PERSONAS)		63.440,53	72.575,97	83.026,90	94.982,78	108.660,30
IVA		20.178,63	23.084,36	26.408,51	30.211,33	34.561,76
INGRESOS NETOS		168.155,29	192.369,65	220.070,88	251.761,08	288.014,68
COSTOS DE SERVICIOS						
Costos fijos		25.035,87	26.037,30	27.078,79	28.161,95	29.288,42
Costos variables		14.076,00	14.639,04	15.224,60	15.833,59	16.466,93
Depreciación		6.425,07	6.425,07	6.425,07	11.650,57	11.650,57
TOTAL COSTOS DE SERVICIOS		45.536,93	47.101,41	48.728,46	55.646,10	57.405,92
UTILIDAD BRUTA		122.618,35	145.268,24	171.342,42	196.114,99	230.608,76
GASTOS OPERATIVOS						
Gastos administrativos		14.129,65	14.553,54	14.990,15	15.439,85	15.903,05
Gastos de ventas		44.128,69	45.452,55	46.816,12	48.220,61	49.667,23
Gastos de constitución		1.623,00				
Amortización del prestamos bancario		9.484,53	9.484,53	9.484,53	9.484,53	9.484,53
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		69.365,87	69.490,62	71.290,80	73.144,99	75.054,81
UTILIDAD ANTES DE IMP.E INT.		53.252,48	75.777,62	100.051,61	122.970,00	155.553,96
INTERESES		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTICIP.		53.252,48	75.777,62	100.051,61	122.970,00	155.553,96
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	-	15.007,74	18.445,50	23.333,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		53.252,48	75.777,62	85.043,87	104.524,50	132.220,86
IMPUESTOS		-	-	18.709,65	22.995,39	29.088,59
UTILIDAD NETA		53.252,48	75.777,62	66.334,22	81.529,11	103.132,27

DEMANDA PROYECTADA

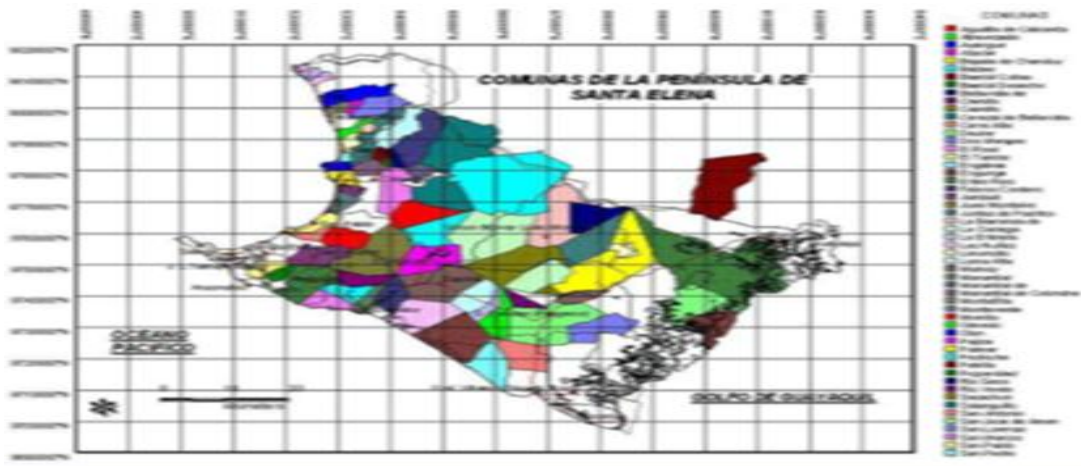
DEMANDA	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017
HABITACIONES MATRIMONIALES	2.160	2.376	2.614	2.875	3.162
HABITACIONES DOBLES (2 PERSONAS)	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
HABITACIONES FMIJARES(4 PERSONAS)	1.080	1.188	1.307	1.437	1.581

COSTOS TOTALES

SERVICIO DE HOSPEDAJE	MENSUAL		TOTAL DIARIO	PRECIO UNITARIO DIARIO
SERVICIOS BÁSICOS		680,00	22,67	0,67
AGUA	380,00			
LUZ ELÉCTRICA	300,00			
DEPRECIACION		535,42	17,85	0,52
MATERIALES DE ASEO PERSONAL		1173,00	39,10	1,15
SERVICIOS DE LAVANDERIA		290,30	9,68	0,28
SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA		580,60	19,35	0,57
COSTO TOTAL		3259,32	108,64	3,20

Mapa N° 1

UBICACIÓN DE JAMBELI

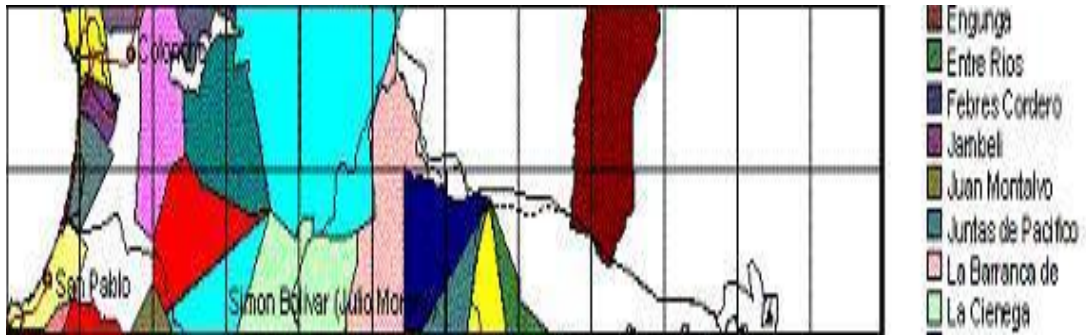


Fuente: INEC

Elaborado por Gabriela Rosales.

Mapa N° 2

Ubicación de la Comuna Jambelí y sus Límites.

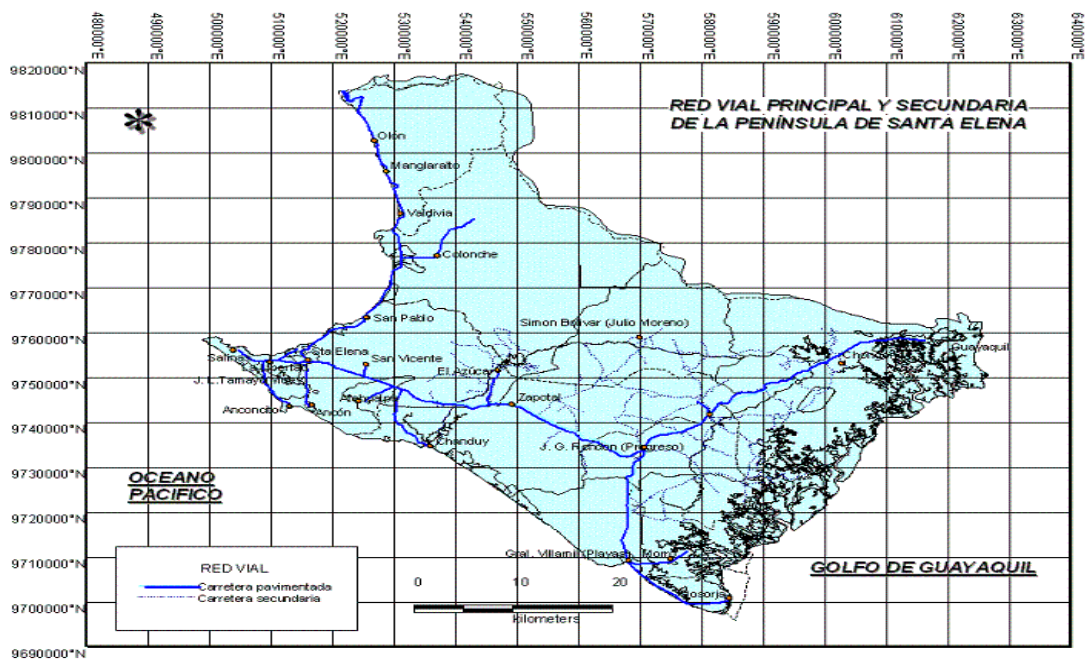


Fuente: INEC.

Elaborado por Gabriela Rosales.

Mapa N° 3

VIAS QUE CONDUCEN A JAMBELI.



Fuente: INEC,

Elaborado por Gabriela Rosales.

DIFUSION DEL PROYECTO CON LOS COMUNEROS



COMUNEROS DE JAMBELI

